

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za kroatistiku

Odsjek za germanistiku

Evica Šivak Ledić

UPORABNI TEKSTOVI U NASTAVI HRVATSKOGA I NJEMAČKOGA JEZIKA

DIPLOMSKI RAD

14 ECTS-a

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Bernardina Petrović

Komentorica: prof. dr. sc. Zrinjka Glovacki-Bernardi

U Zagrebu 4. rujna 2014.

Sadržaj

1. Uvod	2
2. Uporabni tekstovi u nastavi jezika	3
2.1. Tekst u okvirima tekstne lingvistike	3
2.2. Tekst kao metodička kategorija	9
2.3. Uporabni tekstovi u nastavnome planu i programu u Republici Hrvatskoj	11
2.4. Uporabni tekstovi u srednjoškolskim udžbenicima za hrvatski i njemački jezik..	15
3. Analiza odabranih uporabnih tekstova	20
3.1. Uvodno određenje korpusa i modela analize	20
3.2. Životopis	23
3.3. Natječaj za radno mjesto	32
3.4. Posljednji pozdrav	43
3.5. Vic	48
3.6. Horoskop	52
4. Osvrt na mogućnosti primjene analiziranih tekstnih vrsta u nastavi hrvatskoga i njemačkoga jezika	59
5. Zaključak	62
6. Popis literature	63
7. Zusammenfassung	66
8. Prilozi	67

1. Uvod

U suvremenoj nastavi jezika tekst ima prednost nad drugim metodičkim kategorijama i smatra se da mu je osnovna funkcija razvijanje vještina i sposobnosti na područjima svih jezičnih djelatnosti. Pritom se pri odabiru posebno prikladnima pokazuju autentični tekstovi koji učenicima približavaju jezičnu stvarnost i predstavljaju sliku realne uporabe jezika, a osim toga posreduju kulturne sadržaje.

U ovome se radu usporedno analiziraju odabrani uporabni tekstovi na hrvatskome i njemačkome jeziku, a razmatra ih se s obzirom na elemente koji predstavljaju sintezu različitih komunikacijsko-pragmatičkih modela analize tekstnih vrsta. Istraživani se korpus sastoji od autentičnih tekstova prikupljenih iz različitih izvora, na temelju kojih se nudi prikaz pet tekstnih vrsta u hrvatskome i njemačkome jeziku. Polazište je analize u ovome radu primarno lingvističko, dakle, ona se oslanja na spoznaje tekstne lingvistike, i unutar nje, lingvistike tekstnih vrsta kao poddiscipline. Na tim se temeljima razvila i sama ideja za temu. Međutim, s obzirom na to da je cilj ovoga rada prikazati potencijal uporabnih tekstova u nastavi jezika, osim lingvističkih, on obuhvaća i metodičke komponente. Usporedna analiza otvara vrata i kulturološkim spoznajama, čime se mogućnosti primjene uporabnih tekstova u nastavi dodatno proširuju.

Prvi dio rada donosi okvirni prikaz teoretskih spoznaja na kojima se temelji istraživanje korpusa, objašnjenje osnovnih pojmova i kratki osvrt na trenutni status uporabnih tekstova u nastavi. Najprije se tekst predstavlja kao pojam u okviru tekstne lingvistike i u kao kategorija u okviru metodike jezika. Nakon toga se promatra zastupljenost uporabnih tekstova u nastavnome planu i programu u Republici Hrvatskoj te u srednjoškolskim udžbenicima za hrvatski i njemački jezik.

Drugi dio rada čini lingvistička analiza korpusa, odnosno, izvornih njemačkih i hrvatskih tekstova. Analizira ih se usporedno, čime se osim ukazivanja na organizaciju pojedinoga teksta i tekstne vrste pruža mogućnost za uočavanje sličnosti i razlika na tom području između dvaju jezika. Na analizu se nadovezuje sinteza spoznaja dobivenih analizom, kao i prikaz nekih mogućnosti njihove primjene u nastavi hrvatskoga, odnosno, njemačkoga jezika.

2. Uporabni tekstovi u nastavi jezika

Preduvjet svakoj empirijskoj analizi teksta je upoznatost s teorijskim polazištima i određivanje metodološkoga okvira. Kako se u ovome radu primjenjuju spoznaje iz područja tekstne lingvistike i metodike nastave jezika, a središnji mu je dio analiza tekstova, valja prvo prikazati sam pojam teksta iz perspektive obiju disciplina. Pojmovnim određenjem i prikazom statusa uporabnih tekstova u nastavi stvara se podloga za analizu konkretnih tekstova.

2.1. Tekst u okvirima tekstne lingvistike

Tekstom kao jezičnom jedinicom bavi se tekstna lingvistika. Ta se disciplina razvila u sklopu tzv. pragmatičkoga obrata u lingvistici, koji je u središte lingvističkih istraživanja doveo funkcionalni aspekt jezika. Do tada se u lingvistici jezik promatrao prvenstveno kao apstraktni sustav znakova i zanemarivala se njegova temeljna svrha – komunikacija. Od sedamdesetih godina 20. stoljeća novonastale, empirijski usmjerene lingvističke discipline, među kojima je i tekstna lingvistika, nastoje svojim istraživanjima pridonijeti savladavanju komunikacijske prakse (usp. Ivanetić 2003: 1 – 2). Kako je komunikacija vrlo kompleksan proces, koji uključuje, uvijek na različite načine i u različitoj mjeri, brojne čimbenike, tekstna lingvistika pokazala se plodnim područjem za interdisciplinarna istraživanja, pogotovo kada se radi o primjeni rezultata analize teksta.

U tekstnoj lingvistici još uvijek ne postoji jedinstvena i opće prihvaćena *definicija teksta*. One se razlikuju s obzirom na obilježja te jedinice koja pojedini autori smataju relevantnima, odnosno, s obzirom na obilježja teksta koja su u skladu s ciljevima njihovih istraživanja (Brinker 2005: 12). Važno je naglasiti i da se one međusobno ne isključuju, odnosno, nijedna od definicija ne teži apsolutno determinirati pojam teksta, već uzima za polazište određeni kontekst istraživanja i određuje tekst u skladu s tim kontekstom, ne odbacujući pritom mogućnosti drugačijega definiranja te jedinice u drugim kontekstima (usp. Adamzik 2004: 32). Pokuša li se usustaviti mnoštvo definicija teksta koje postoje, uočava se razlikovanje dvaju pravaca.

Prvi nastaje u okvirima i kao dio naslijeđa strukturalizma i generativno-transformacijske gramatike, a osnovnim obilježjem teksta kao jezične jedinice predstavnici toga pravca smatraju koherentni slijed rečenica. Koherentnost je za njih pritom gramatički pojam i označava sintaktičko-semantičke odnose između rečenica, odnosno, jezičnih elemenata u rečeničnome

lancu. Osnovna je jedinica i polazište istraživanja rečenica, kao i u tradicionalnoj gramatici, ali se težište pomiče na nadrečeničnu, transfrastičku razinu i promatraju se, prije svega, načini na koje se rečenice povezuju u cjelinu. Sljedeće su definicije primjer formalno-gramatičkog pristupa određivanju teksta.

Tekst je slijed jezičnih jedinica konstituiranih neprekinutim pronominalnim lancem (Harweg 1968: 148, prema Ivanetić 2003: 16).

Tekstovi su smisljeno povezani jezični znakovi u vremensko-linearnom slijedu (Weinrich 1993: 31, prema Ivanetić 2003: 16).

Nussbaumerova definicija teksta nešto je određenija. Tekst se definira kao monološki pisani jezični iskaz koji se sastoji od više međusobno povezanih rečenica (usp. Adamzik 2004: 39).¹ Osim naglašavanja formalno-gramatičkoga aspekta, u ovoj su definiciji zadani oblik, medij i veličina jezičnoga iskaza koji se može smatrati tekstom kao objektom istraživanja tekstne lingvistike.

Drugi, komunikacijski usmjeren pravac definiranja teksta, nastaje početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća, i to u sklopu lingvističke pragmatike i teorije jezičnih činova anglosaksonske provenijencije (usp. Brinker 2005: 15). Za komunikacijski orijentiranu tekstnu lingvistiku najvažnija je svrha teksta kao jezične jedinice u konkretnim komunikacijskim situacijama. Tekst se više ne promatra primarno kao skup gramatički povezanih rečenica, nego kao složeni i višedimenzijski jezični čin, kojim emitent uspostavlja komunikacijski odnos spram recipijenta, a pri definiranju teksta najvažnijim elementom postaje njegova funkcija. Kao primjer pragmatičke definicije teksta možemo navesti onu Klausa Brinkera: *Termin tekst označava ograničen i koherentan niz jezičnih znakova koji kao cjelina ima prepoznatljivu komunikacijsku funkciju* (prema Ivanetić 2003: 16).

Budući da su u komunikacijskome činu u okviru kojega nastaje tekst emitent i recipijent iznimno važni faktori, pojedine definicije teksta u prvi plan stavljaju mentalne procese i strategije koje se rabi pri produkciji i recepciji teksta, a one se u okvirima tekstne lingvistike označavaju kao kognitivne.

¹ Slobodno prevedena Nussbaumerova definicija.

Pod tekstovima se podrazumijevaju rezultati jezične djelatnosti ljudi uključenih u socijalnu interakciju, koja je ovisno o kognitivnom vrednovanju sudionika i konteksta aktualizirala različita znanja emitenta; ona se u tekstovima manifestiraju na specifičan način i konstituiraju njihove višedimenzijske strukture. Struktura teksta istodobno signalizira funkciju koju mu je producent namijenio (...) i osnova je za kompliciran proces recipijentove interpretacije. (...) Tekstovi nisu per se koherentni (...). Naprotiv, povezanost u tekstu stvaraju sami sudionici i signaliziraju je njegovom strukturom (...). Producent namjerava postići koherenciju, recipijent je očekuje i pripisuje nizu iskaza u procesu interpretacije (Heinemann/Viehweger 1991: 126, prema Ivanetić 2003: 17).

Tekstovi i razgovori su rezultat kognitivnih procesa ljudi koji ih proizvode i recipiraju (Strohner 2000: 261, prema Ivanetić 2003: 17).

Kao što je već naglašeno, različite su definicije teksta usko povezane s kontekstom i svrhom pojedinih istraživanja, pa u skladu s time možemo pratiti i razvoj *modela empirijske analize tekstova*. U različitim je fazama tekstne lingvistike naglasak bio na različitim fenomenima, što je popraćeno kako određenim i već spomenutim teorijskim koncepcijama, tako i specifičnim metodama.

U prvoj fazi razvoja tekstne lingvistike (transfrastičkoj fazi) naglasak se u analizi teksta stavlja na nadrećenične jedinice i sredstva njihova formalnog povezivanja – pronominalizaciju, raščlanjivanje na temu i remu te glagolska vremena. Nakon toga se istraživači posvećuju analizi sadržaja teksta, koji promatraju kao semantičku jedinicu – jedinicu značenja, a ne forme (Halliday/Hasan 1976: 2, prema Ivanetić 2003: 24). U okvirima tih tendencija nastaju različiti koncepti, a prate ih i različiti modeli empirijske analize. A. Greimas razvio je svoj koncept izotopije, prema kojemu se koherentnost teksta ostvaruje ponavljanjem leksema koji imaju zajednička semantička obilježja. Temom teksta bave se i autori propozicijskih koncepata (npr. van Dijk i Agricola) u kojima se tekst shvaća kao niz međusobno povezanih rećenićnih sadržaja zvanih propozicije (usp. Ivanetić 2003: 24 – 25). Modeli analize komunikacijsko-pragmatičkih pristupa tekstu orijentirani su na produkciju, recepciju i svrhu teksta. Time „važni aspekti analize postaju intencija, ilokucije i – kao njihov ekvivalent na razini teksta – funkcija“ (Ivanetić 2003: 27). Naposljetku nastaju i mnogi kognitivistićki modeli analize teksta, od kojih se po prihvaćenosti i utjecajnosti istiće proceduralni model Beaugrandea i Dresslera iz 1981.

Kognitivistički koncepti posebno detaljno istražuju različite oblike organizacije i konfiguracije znanja koji utječu na produkciju i recepciju, a ta je dimenzija analize ostala prisutna i u svim modernijim pristupima tekstu (ibid. 27). Valja spomenuti i integrativne modele, koji se holističkim pristupom tekstu te uključivanjem širega interakcijskog konteksta kao konstitutivnog elementa teksta u analizu pokazuju posebno pogodnima za empirijska istraživanja. Među najutjecajnijima su Brinkerov model iz 1992. i onaj Heinemanna i Viehwegera iz 1991. (usp. Ivanetić: 33 – 39).

Definirati tekst klasičnom definicijom pokazalo se vrlo zahtjevnim, a već je i u pregledu nekoliko prihvaćenih definicija jasno da se naglasak stavlja na različite aspekte. Međutim, svakoj definiciji mora prethoditi identifikacija objekta. Ako se postavi pitanje razlikovanja teksta od neteksta, nameće se samo po sebi određivanje kriterija prema kojima se neka jezična tvorevina može nazivati tekstom. Jasno je, naime, da svaka jezična tvorevina nije tekst, a i (ako se samo malo prouči temeljne postulate komunikacijsko-pragmatičkoga pristupa tekstu) to da tekst nije isključivo jezična tvorevina. Odgovor na to pitanje tekstna lingvistika pronašla je u pojmu *tekstualnosti*. Zrinjka Glovacki-Bernardi precizira taj pojam:

Tekstualnost je osnova svake komunikacije, dakle taj je pojam tekstu nadređena kategorija, odnosno, sveobuhvatnija struktura koja se realizira u komunikacijskom činu – znači, tekst treba definirati kao sociokomunikacijski realiziranu tekstualnost. (2004: 22)

Tekstualnost je, pojednostavljeno rečeno, ono što tekst čini tekstom. Različiti autori navode *kriterije tekstualnosti* koji su u skladu s njihovim konceptom teksta i upravo iz tih kriterija izvode svoje definicije teksta. Definicije teksta pojedinih autora možemo, dakle, shvatiti kao sažete kriterije tekstualnosti. Kriteriji tekstualnosti Beaugrandea i Dresslera iz 1981. godine i danas su aktualni. Da bi se neki jezični iskaz smatrao tekstom, prema Beaugrandeu i Dressleru on mora biti komunikativan, a to jest samo ako ispunjava sedam konstitutivnih načela tekstualnosti (Beaugrande/Dressler 2010: 14): kohezivnost, koherentnost, intencionalnost, prihvatljivost, informativnost, situativnost i intertekstualnost. Ovi kriteriji „određuju i proizvode“ (ibid. 24) komunikaciju tekstom. *Kohezivnost* se odnosi na površinsku strukturu teksta, na način na koji su elementi teksta povezani u formalno-gramatičkome smislu. Ovo se načelo teksta može realizirati različitim sredstvima i postupcima: rekurencijom, supstitucijom, pronominalizacijom, paralelizmima, elipsama, specifičnom uporabom glagolskih vremena i načina, konektorima itd.

Koherentnost teksta ostvaruje se njegovom smisljenošću te podrazumijeva logičku i semantičku povezanost među rečenicama, koja je rezultat kognitivnih procesa emitenta i recipijenta. Za koherentnost su ključna sredstva različita znanja koja emitent i recipijent posjeduju, posebice statički podaci o nekom konceptu, svijest i spoznaje o stereotipnom odvijanju radnji ili događaja te poznavanje uzročnih i vremenskih odnosa (usp. Ivanetić 2003: 7 – 10). Kohezivnost i koherentnost jedini su kriteriji koji su usmjereni na sam materijal teksta. Ostala konstitutivna načela usmjerena su na korisnike teksta, na emitenta i recipijenta. *Intencionalnost* uključuje namjeru emitenta da proizvede kohezivan i koherentan tekst koji ispunjava njegovu komunikacijsku namjeru, a *prihvatljivost* se pak odnosi na recipijenta i njegov stav da očekuje kohezivan, koherentan te za njega relevantan tekst (usp. Beaugrande/Dressler 2010: 19). Potonja su dva kriterija često predmetom kritike, pa tako Heinz Vater upozorava na to da su intencionalnost i prihvatljivost samo opće pretpostavke uspješna komuniciranja (2001: 44), čime se zapravo izuzimaju iz domene tekstne lingvistike. *Informativnost* se odnosi na količinu poznatih i nepoznatih podataka u tekstu, pri čemu se za veću komunikativnost teksta treba pronaći pravi omjer, jer „i premalo i previše informacija jednako otežava recepciju“ (Ivanetić 2003: 12). Situativnost se odnosi na čimbenike koji neki tekst čine relevantnim u određenoj komunikacijskoj situaciji (usp. Vater 2001: 47). *Intertekstualnost* se s jedne strane može shvatiti kao referiranje svakog pojedinog teksta na tekstnu vrstu kojoj pripada, na način da se u njemu u većoj ili manjoj mjeri realiziraju značajke te vrste.² S druge strane, moguće je i izravno referiranje na neke konkretne postojeće tekstove, što je vrlo čest postupak u književnim djelima, ali u nekoj mjeri i u citatima, parolama, sloganima, osvrtima, vicevima i drugim tekstnim vrstama.³ Iako su de Beaugrande i Dressler tvrdili da izostanak bilo kojeg od sedam kriterija uvjetuje nastanak neteksta, to se pokazalo netočnim (usp. Vater 2001: 52 – 54). Osim konstitutivnih načela autori navode i tri regulativna načela koja kontroliraju komunikaciju tekstovima. *Efikasnost* se odražava u količini napora koji ulažu sudionici u komunikaciji pri uporabi teksta. *Efektност* označava jačinu učinka određenoga teksta. *Primjerenost* se pak odnosi na sklad tekstnoga konteksta i načina odražavanja kriterija tekstualnosti (Beaugrande/Dressler 2010: 24).

² Taj se oblik obično naziva tipološkom intertekstualnošću (Holthuis 1993, prema Ivanetić 2003: 12).

³ Nada Ivanetić u svojoj klasifikaciji, koje ćemo se držati i u ovome radu, navedene tekstne vrste ubraja u uporabne tekstove. Uporabne se pak tekstne vrste definira kao neknjiževne tekstove, iako tako oštra distinkcija nije uvijek moguća, što najbolje pokazuje primjer vica, koji je bez sumnje jedna od malih literarni formi, ali se može promatrati i kao uporabni tekst.

Novije tendencije u tekstnoj lingvistici uvode još neke, dodatne kriterije. Iz perspektive ovoga rada bilo bi dobro spomenuti načelo *kulturalnosti* (Fix), prema kojemu je svaki tekst uvjetovan kulturom (usp. Ivanetić 2003: 14). Za usporedne analize ovaj kriterij gotovo da se ne može zanemariti.

Na kraju se ovoga potpoglavlja valja osvrnuti i na pojam *tekstnih vrsta*. U produkciji i recepciji se mogu uočiti sličnosti i razlike između pojedinih tekstova, odnosno, između načina njihove organizacije. Na temelju toga se tekstove svrstava u kategorije i koristi u skladu s komunikacijskim potrebama. Ovaj se pak proces temelji na znanju o prototipnim oblicima tekstova. Što je konkretni tekst sličniji prototipu, lakše ga je uvrstiti u određenu kategoriju. Kao i kod definicije teksta, pri definiranju tekstnih vrsta autori stavljaju naglasak na različite aspekte. Hartmannova je definicija tekstnih vrsta vrlo općenita i ukazuje na postojanje „skupova tekstova s određenim zajedničkim svojstvima“ (Hartmann 1964: 23, prema Ivanetić 2003: 3). Brinker je u svojoj definiciji mnogo određeniji: *Tekstne vrste su konvencionalni obrasci složenih jezičnih radnji koje ujedinjuju tipična kontekstualna (situacijska), komunikacijsko-funkcionalna i strukturalna (gramatička i tematska) obilježja* (prema Ivanetić 2003: 3).

Heinemann na prvo mjesto stavlja korisnike tekstova i njihovu sposobnost prepoznavanja prototipnih elemenata teksta, naglašavajući time kognitivni aspekt: *Tekstne vrste su jezične manifestacije (...) kognitivnih obrazaca (...), koje su se pokazale djelotvornima u postizanju specifičnih interakcijskih ciljeva* (prema Ivanetić 2003: 4).

Uporabni se tekstovi prije svega stavljaju u opoziciju spram književnih tekstova, a predstavljaju „socijalno normirane složene sheme djelovanja koje stoje na raspolaganju govornicima nekoga jezika“ (Sandig 1972: 113, prema Ivanetić 2003: 3). S obzirom na to da se radi o „komunikacijskim rutinama specifičnim za neki jezik“ (Adamzik 1995: 30, prema Ivanetić 2003: 4), posebno su prikladni za usporedne empirijske analize.

Klasifikacija tekstnih vrsta ima mnogo, a ovaj će rad pratiti onu Nade Ivanetić iz 2003. godine, prema kojoj se tekstne vrste dijele na pet tipova⁴ – asertive, direktive, komisive, ekspresive i deklarative (2003: 66 – 76). Temelj razlikovanja je funkcija.

⁴ Autorica napominje da se podjela temelji na Searlovih pet tipova ilokucijskih činova.

2.2. Tekst kao metodička kategorija

U metodici nastave jezika, kako materinskoga, tako i stranoga, tekst zauzima vrlo važnu poziciju – on je središnja metodička kategorija. Metodika nastave jezika u novije se vrijeme udaljava od dogmatsko-reproduktivnog sustava, kojemu je cilj bio omogućiti učenicima usvajanje teorijskih jezičnih činjenica, stavljajući sve više naglasak na razvoj jezičnih kompetencija i praktičnu uporabu jezika. Pragmatički se obrat u lingvistici, dakle, uvelike odrazio i na teoriju nastave jezika. Iako postoje određene razlike između dviju navedenih metodika, zajednička im je tendencija zamjene deduktivne metode induktivnom, koja proizlazi iz evolucije teorijskih sustava nastave jezika, a u okviru iste tendencije uloga tekstova, pogotovo uporabnih, sve je više jačala.

Jedno od načela nastave hrvatskoga jezika prema Stjepku Težaku je načelo teksta. Prema njemu je upravo tekst lingvističko-didaktički temelj nastave jezika jer „zahtjev da se svaka jezična činjenica zapaža u svom funkcioniranju može se ostvariti samo pomoću teksta“ (Težak 1996: 101). Drugim riječima, promišljanje o jeziku, proučavanje jezika i primjena jezičnoga znanja ostvaruju se preko teksta. Tekst koji služi za potrebe nastave jezika nazivamo *lingvodidaktičkim ili lingvometodičkim predloškom*. Oni se mogu preuzeti iz različitih izvora, pri čemu valja voditi računa o nastavnim ciljevima. Prema ciljnoj se usmjerenosti razlikuju polazni (zapažanje i proučavanje jezičnih činjenica), vježbeni (utvrđivanje i primjena stečenoga znanja) i provjerbeni (provjera stečenoga znanja) tekstovi. Svi oni bi trebali zadovoljavati određene kriterije, točnije, moraju biti cjeloviti (u skladu s načelom funkcionalnosti), zasićeni jezičnim činjenicama kojima učenici trebaju ovladati, prilagođeni učenicima i zadaćama nastavne jedinice, prirodni⁵ i po mogućnosti kratki, prije svega iz pragmatičnih razloga (usp. Težak 1996: 102). Dakako, sve ove odrednice mogu zadovoljavati i književni tekstovi. Međutim, vrlo je važno, a i u skladu sa svrhom nastave jezika⁶, učenika osposobiti za komunikacijsku praksu, zbog čega se ne smiju zanemariti tekstne vrste koje sudionicima komunikacije trebaju u svakodnevnim životnim prilikama. U skladu s time, uporabni tekstovi u potpunosti prate i opće didaktičko načelo životnosti, koje zahtijeva usklađenost nastave sa životnom praksom učenika i s potrebama učenikove svakodnevice (usp. Težak 1996: 102).

⁵ Ova odrednica također ide u prilog odabiru uporabnih tekstova.

⁶ Svrha nastave jezika prema Težaku obuhvaća naobrazbenu, odgojnu, psihofunkcijsku i komunikacijsku razinu (1996: 32).

U nastavi se stranoga jezika tekstovima i radu s tekstovima također izrijekom priznaje središnja uloga, pogotovo zato što se glavnom zadaćom nastave smatra osposobljavanje učenika za produkciju tekstova na stranome jeziku (usp. Heyd 1991: 73). Ovdje je pak od vrlo velike važnosti da tekstovi budu autentični. Naime, stvaranje „umjetnih“ lingvometodičkih predložaka znači posredovanje jezika koji ne odgovara realnoj uporabi, a to kod učenja stranoga jezika može biti posebno štetno, jer učenici teže mogu intuitivnim mehanizmima regulirati recepciju. Heyd upozorava da na taj način lako mogu nastati tekstovi kojima se učenicima prezentira „drveni i neprirodni njemački jezik, koji nijedan Nijemac nikada ne bi upotrijebio“⁷. Iako su određene intervencije nastavnika u originalni tekst dopuštene u svrhu njegova prilagođavanja učenicima, one trebaju biti poduzete s oprezom, kako tekstovi ne bi izgubili svoj prepoznatljiv stil i kako ne bi bila narušena organizacija teksta specifična za određenu tekstnu vrstu. Osim toga, tekstovi na stranome jeziku uključuju dodatnu dimenziju – onu kulturalnu. Nacionalni okvirni kurikulum propisuje temeljne učeničke kompetencije, među kojima prvo mjesto dijele komunikacija na materinskom i stranom jeziku. Značajna je sastavnica potonje razvijanje vještine međukulturalnoga razumijevanja⁸. Uporabni tekstovi predstavljaju sliku kulturalne i komunikacijske stvarnosti te su u nastavi stranoga jezika zbog toga posebno važni (usp. Adamzik, u Fix et al. 2007: 22). Uz to, oni se posve uklapaju u komunikacijsko-pragmatički koncept učenja jezika koji je u metodici nastave stranoga jezika aktualan i prepoznat kao najsvrsishodniji.

⁷ Slobodno prevedeno prema Heyd 1991: 74.

⁸ <http://www.public.mzos.hr>, pristupljeno 25.12.2013.

2.3. Uporabni tekstovi u nastavnome planu i programu u Republici Hrvatskoj

Nastavni plan i program nastavnicima služe (uz okvirni kurikulum i smjernice) kao instrument za organizaciju nastave na svim stupnjevima obrazovanja. U njemu su naznačeni sadržaji i teme koje bi nastava pojedinog predmeta trebala uključivati. Zbog toga se za potrebe ovoga rada, točnije, dijela u kojemu se ispituje trenutni status uporabnih tekstova u nastavi, činilo svrsishodnim proučiti njihovu zastupljenost u planu i programu za hrvatski i njemački jezik, za osnovnu školu i srednje škole. Dok je program za hrvatski jezik u osnovnoj školi jedinstven, srednjoškolski se razlikuje s obzirom na to radi li se o gimnaziji ili o strukovnoj školi, a u strukovnim se pak dodatno dijeli, ovisno o trajanju školovanja (trogodišnja ili četverogodišnja škola) i o tjednoj satnici. S njemačkim jezikom je situacija nešto drugačija, ali također postoji više programa. U osnovnoj školi razlikuje se program za njemački kao prvi i kao drugi strani jezik, a ista takva distinkcija vrijedi i za gimnaziju. Za strukovne škole postoje dva programa, jedan za ekonomsku struku, a drugi za tehnička zanimanja.⁹

Plan i program za hrvatski jezik u *osnovnoj školi* nastavu dijeli na četiri modula, odnosno, uz književnost i jezik propisuje i teme iz područja jezičnoga izražavanja i medijske kulture.¹⁰ Uporabni se tekstovi izrijekom spominju uglavnom u sklopu nastave izražavanja i nešto manje u okvirima nastave medijske kulture, a u višim razredima zastupljeni su i kao izborni sadržaji.

U nižim razredima od uporabnih se tekstova obrađuju obavijest, čestitka, izvještaj, sažetak i pismo¹¹. U petome razredu navodi se kazališni plakat kao izborni sadržaj, a u šestome se obrađuju vic i anegdota te kao izborni sadržaji zapis (dnevnički) i obavijest. Sedmi razred označava prekretnicu i u nastavi se izražavanja uporabnim tekstovima daje više mjesta. U nastavnome se planu i programu za taj stupanj obrazovanja spominju natuknica, bilješka, biografija, autobiografija, (novinska) vijest, komentar te kao izborni sadržaji televizijska i radijska vijest. U osmome se razredu popisu dodaju kritika, problemski članak, intervju, zapisnik, zahtjev, prijava, životopis, molba, službeni dopis i prikaz. Osim toga se tematizira razlika između osobnoga i otvorenoga pisma.

⁹ Planovi i programi za srednje škole su preuzeti s mrežnih stranica Nacionalnoga centra za vanjsko vrednovanje obrazovanja (<http://www.ncvvo.hr>, pristupljeno 15.1.2014.). Nastavni plan i program za osnovne škole je preuzet s mrežnih stranica Ministarstva (<http://www.public.mzos.hr>, pristupljeno 25.12.2013.).

¹⁰ Iznimku u ovoj podjeli čini samo prvi razred, jer posebni modul predstavlja početno čitanje i pisanje.

¹¹ Pisma mogu imati različite funkcije, a pri upoznavanju s formom najčešće se produciraju privatna pisma s informativnom funkcijom.

Programi za nastavu stranih jezika, pa tako i onaj za njemački jezik, posebno su koncipirani. Naime, osim popisa sadržaja i tema donose pregled očekivanih kompetencija koje bi učenici trebali steći na različitim razinama recepcije i produkcije. Budući da se samostalna produkcija tekstova smatra osnovnom zadaćom nastave stranih jezika, uporabni se tekstovi uglavnom spominju u kontekstu vještine pisanja.

Sve do petoga razreda osnovne škole, kada je njemački učenicima *prvi strani jezik*, oni pišu prigodne čestitke, rođendanske pozivnice i pozdrave u obliku razglednice. Također ispunjavaju jednostavne formulare s osobnim podacima, što služi kao priprema za recepciju i produkciju složenijih tekstnih vrsta vezanih uz službenu i poslovnu komunikaciju. U šestome je razredu predviđeno upoznavanje s različitim vrstama tekstova i uočavanje njihovih obilježja. U sedmome razredu program spominje natuknicu, bilješku, obrazac, čestitku, pozdrav (razglednicu), pismo i poruku, a u osmome se znanje o navedenim tekstnim vrstama proširuje, pa se tako analiziraju, primjerice, posebnosti komunikacije SMS porukama i e-mailom. Programom za njemački kao *drugi strani jezik* propisuje se obrađivanje istih tekstnih vrsta, s tom razlikom što se obrazac i sažetak pojavljuju tek u osmome razredu.

U programu za hrvatski jezik u *gimnazijama* uporabni su tekstovi prilično dobro zastupljeni. U sklopu nastave jezičnoga izražavanja u drugome razredu učenici obrađuju biografiju, autobiografiju, prikaz, sažetak (članka i knjige) te različite upućivačke tekstove (nisu definirani vrstom). Treći razred u program donosi raspravu, recenziju, javni govor i priopćenje. U četvrtome razredu učenici se susreću s čitavim nizom komunikacijskih tekstova: vijest, obavijest, oglas, reklama, zahvalnica, pozivnica, sažalnica i referat. Dodajmo tome još i izborni program, koji uključuje komentar, izvješće i obavijest u drugome, bilješku i intervju u trećemu te kritiku i raspravu u četvrtome razredu.

Kada je u pitanju *njemački kao prvi strani jezik u gimnaziji* prvi razred donosi bilješku, natuknicu, poruku i prigodno pismo. U drugome se razredu ponovno spominju natuknica i bilješka, a tome se pridodaju sažetak i prikaz. Pismo, naslov¹² i podnaslov, oglas i obrazac pojavljuju se u trećem razredu, dok se u četvrtome problematizira razlika između privatnoga i formalnoga pisma, a predviđeni su još i komentar, raščlamba i izvještaj.

¹² O problematici uvrštavanja naslova u klasifikaciju tekstnih vrsta usp. Ivanetić 2003: 71.

Za razliku od osnovne škole, u kojoj se u pogledu uporabnih tekstova programi za njemački kao prvi i kao drugi strani jezik gotovo i ne razlikuju, u gimnaziji *program za drugi strani jezik* uključuje manje uporabnih tekstova. U drugome razredu navode se rođendanska i blagdanska čestitka te prigodno pismo, vrste koje su zapravo već definirane osnovnoškolskim programom. Program za treći razred spominje tek natuknicu, a za četvrti bilješku, natuknicu, prigodno pismo i poruku.

Iako postoje dva posebna programa za *hrvatski jezik u četverogodišnjim strukovnim školama*¹³, modul nastave izražavanja identično je koncipiran. U prvome se razredu spominju bilješka, natuknica i zapis (dnevnički). U drugome program predviđa obradu životopisa, prikaza, pismo (osobno i poslovno) te razne upućivačke tekstove. Treći razred donosi javni govor (popraćen pisanom pripravom), stručni članak, referat, dopis, molbu i žalbu, a četvrti pravu, vijest, obavijest, oglas, reklamu, zahvalnicu, pozivnicu, sažalnicu, osmrtnicu i zapisnik.

U *trogodišnjim strukovnim školama* uporabni se tekstovi u programu za hrvatski jezik javljaju u drugome razredu, a zastupljeni su životopis, prikaz, zapisnik i priopćenje. Treći razred uključuje u nastavu kritiku, raspravu, upute (upravne, tehničke, poslovne i druge upute), izlaganje, stručni članak, pismo, dopis, zamolbu, žalbu, primjedbu, pritužbu, vijest, obavijest, oglas, reklamni tekst i dnevnički zapis.

Okvirni program za *njemački jezik u ekonomskim školama* u prvome razredu od uporabnih tekstova spominje poruku i obavijest. U drugome se razredu obrađuju ispunjavanje formulara, poslovno pismo i izvješće. Treći razred donosi tekstne vrste ponudu, narudžbu i reklamaciju, a četvrti ugovor, poslovno izvješće i natječaj. Osim toga, pod vještinom se pisanja navodi pismo, prigodne čestitke, natuknice i bilješke.

Program za *njemački jezik u tehničkim školama* prilično je sažet te donosi samo pregled gramatičkih tema po razredima. Uporabni se tekstovi spominju u okvirima očekivanih vještina učenika. Bilješka, poruka, molba za posao, pismo i ispunjavanje formulara povezuju se s produkcijom i od učenika se očekuje da ih samostalno oblikuju. Pod komponentom čitanje, dakle, na razini recepcije, program navodi novinski članak, oglas, reklamu i natuknicu (rječničku).

¹³ Jedan program se odnosi na škole u kojima se nastava iz hrvatskoga jezika prve dvije godine održava četiri sata tjedno, a druge dvije tri. Drugi program predviđa tri sata tjedno od prve do četvrte godine srednje škole.

Pregledom je programa vidljivo da su u najvećoj mjeri zastupljeni asertivni tekstovi, najčešće s osnovnom funkcijom informiranja, nešto rjeđe (i uglavnom u gimnazijskome programu) s funkcijom ekspliciranja. Direktivi se također javljaju u svim programima, iako je u slučaju sintagme „razni upućivački tekstovi“ teško reći o kojim je točno tekstnim vrstama riječ. Najčešće se ipak imenuju pozivnica, molba, žalba i reklama, što s obzirom na frekventnost tih vrsta i nije iznenađujuće. Ekspresivi su također sveprisutni i uvijek je riječ o istim tekstnim vrstama, prigodnim čestitkama ili pozdravima. Od komisiva su zastupljeni samo ugovor i natječaj, i to u programu za njemački jezik u srednjim školama ekonomske struke. Od deklarativnih tekstnih vrsta koje navodi Nada Ivanetić izrijekom se ne spominje nijedna, međutim, za pretpostaviti je da se neke od njih u praksi obrađuju, s obzirom na to da programi predviđaju ispunjavanje „obrazaca“ ili „formulara“, za hrvatski jezik samo u osnovnoj školi, a za njemački i na srednjoškolskome stupnju.

Valja napomenuti i činjenicu da je nastavni program samo dokument, čija je primjena u praksi vrlo raznolika. Sam je program potrebno konstantno prilagođavati i poboljšavati, a tomu bi ozbiljna i sveobuhvatna empirijska istraživanja njegove primjene mogla u velikoj mjeri doprinijeti.

2.4. Uporabni tekstovi u srednjoškolskim udžbenicima za hrvatski i njemački jezik

Udžbenici su vrlo važan segment nastave jezika iz više razloga. Oni bi trebali biti praktična realizacija nastavnoga programa za pojedine predmete. Osim toga, vrlo su korisni nastavnicima jer im osim za orijentaciju u gradivu služe i kao izvor za didaktičke materijale koje koriste u realizaciji sata. Naposljetku, udžbenici su vrelo informacija za učenike i dostupni su im u svako vrijeme, što ih čini nezamjenjivim sredstvom za samostalan rad.

Za što objektivniju procjenu statusa uporabnih tekstova u nastavi hrvatskoga i njemačkoga jezika bilo je potrebno analizirati udžbenike. Dakako, postavlja se pitanje najboljeg pristupa tome zadatku. Prednost je dana kvantitativnoj analizi, jer bi kvalitativna premašivala potrebe ovoga rada. U udžbenicima se, naime, može analizirati mnoštvo komponenti: od sadržaja i načina njegova strukturiranja, preko pristupa grafi, uporabe i prilagodbe stručne terminologije, odabira tekstova, do grafičkoga oblikovanja. Osim toga, za dobivanje cjelovite slike o didaktičkim materijalima koji se koriste u nastavi, u analizu bi bilo potrebno uključiti i dopunska nastavna sredstva, prije svega radne bilježnice. S obzirom na to da se ovaj rad bavi uporabnim tekstovima, fokus je bio na njihovoj zastupljenosti u udžbenicima. Korpus se sastoji od 64 srednjoškolska udžbenika za gimnazije i strukovne škole propisana Katalogom¹⁴, od čega je 29 udžbenika za hrvatski i 35 za njemački jezik. Dva su osnovna razloga ograničavanja analize udžbenika na srednjoškolske:

1. Uporabni se tekstovi u nastavnome planu i programu izrijeком spominju uglavnom u srednjoj školi, pogotovo na razini produkcije.
2. Tekstne vrste koje će biti predmetom analize u ovome radu uglavnom su (izuzev možda vica) primjerenije srednjoškolskome uzrastu.

U dvama tabličnim prikazima bit će navedeno koje se tekstne vrste pojavljuju u udžbenicima i u kojemu broju. Tablica 1 odnosi se na udžbenike hrvatskoga, a Tablica 4 na udžbenike njemačkoga jezika. Valja napomenuti da se u istraživanju nije razlikovalo tekstove s obzirom na ciljnu usmjerenost, dakle, uzeti su u obzir svi tekstovi, osim onih rudimentarnih i nekih tekstova koji se pojavljuju kao obavezni dijelovi strukture udžbenika (naslovi lekcija,

¹⁴ Katalozi obaveznih udžbenika i pripadajućih dopunskih nastavnih sredstava za gimnazije i strukovne škole od 2010/2011. do 2013/2014. preuzeti su s mrežnih stranica Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta (<http://www.mzos.hr>, pristupljeno 15.1.2014.).

definicije, grafički ili tablični prikazi gradiva, pojmovnik, kazalo pojmova, kazalo sadržaja i sažeci gradiva te rječnik u udžbenicima za njemački jezik).

Upute ¹⁵ 52	Prognoza vremena 3	Pozivnica 7
Kalendar 1	Monografija (isječak) 3	Čestitka 3
Sažetak 1	Zdravica 2	Plakat ¹⁶ 2
Naredba (dekret) 1	Dopis (članak za novine) 7	Kritika (cjelovita ili ulomci) 25
Pismo ¹⁷ 7	Pripoćenje 13	Govor 7
Životopis 16	Natuknica ¹⁸ 54	Predavanje 1
Prikaz 11	Vic 4	Priručnik (ulomak) 4
Recenzija 10	Zakon (Članci) 8	Svjedodžba (školska) 1
Prospekt ¹⁹ 1	Rješenje ²⁰ 3	Pravilnik (ulomak) 4
Feljton (ulomak) 1	Vijest 14	Komentar 2
Zapis (dnevnički) 1	Obavijest 11	Deklaracija (ulomak) 2
Kuharski recept 4	Oglas 6	Predgovor (ulomak) 3
Rasprava 4	Ugovor 1	Zahvalnica 1
Molba 6	Zapisnik 6	Narudžbenica 3
Žalba 3	Potvrda (o školovanju) 1	Zaključnica 1
Dostavnica 1	Otpremnica 1	Priznanica 1
Dopis (poslovni) 9	Natječaj za radno mjesto 2	Reklama 4
Intervju 1	Horoskop 2	Disertacija (ulomak) 5
Esej 3	Ranglista 1	Anegdota 1
Referat 3	Prijava (na natječaj) 2	

Tablica 1: Pregled tekstnih vrsta u 29 srednjoškolskih udžbenika za hrvatski jezik

¹⁵ Pod upute su svrstani tekstovi različitih sadržaja naslovljeni kao upute.

¹⁶ Pod pojmom plakat objedinjeni su plakati koji imaju primarno informativnu funkciju, a kao reklama označeni su oni s primarno persuzivnom funkcijom.

¹⁷ Osobna ili poslovna pismo te pisma čitatelja.

¹⁸ Radi se o natuknicama iz rječnika, leksikona ili enciklopedija.

¹⁹ U udžbenicima se pojavljuju u obliku isječka iz brošura ili cjelovitoga letka. Turistički su prospekti zanimljivi zbog specifične kombinacije informativne i persuzivne funkcije (usp. Lombardi, u Foschi Albert et al. 2006: 296).

²⁰ Misli se na službeni dopis koji Ivanetić (2003.) naziva odlukom.

U udžbenicima za hrvatski jezik zabilježeno je 357 uporabnih tekstova, raspoređenih u 59 tekstnih vrsta. Granica između pojedinih tekstnih vrsta često je vrlo tanka. Zato je u podjeli uzeto u obzir pod kojim su nazivom u konkretnome udžbeniku navedene. Ako se pogleda distribucija tekstnih vrsta po tipovima (vidi Tablicu 2), asertivne vrste apsolutno dominiraju, međutim, valja uzeti u obzir da su u tu skupinu ubrojeni i neki tekstovi u kojima asertivna funkcija nije jedina (npr. oglas ili pismo²¹).

tip	broj	%
asertivi	238	66,7
direktivi	93	26,1
komisivi	4	1,1
ekspresivi	13	3,6
deklarativi	9	2,5

Tablica 2: Distribucija tekstnih vrsta u srednjoškolskim udžbenicima za hrvatski jezik po tekstnim tipovima (Ivanetić 2003.)

Usporede li se dobiveni podaci s planom i programom, može se zaključiti da je zastupljenost uporabnih tekstova u skladu s programom, odnosno, tekstne vrste koje su propisane programom pojavljuju se u udžbenicima. Zanimljivo je osvrnuti se i na odnos udžbenika za gimnazije i onih namijenjenih uporabi u strukovnim školama. U svega osam udžbenika za gimnazije pojavljuje se čak 100 uporabnih tekstova raspoređenih u 35 tekstnih vrsta. Zaključuje se da se u gimnazijama uporabnim tekstovima pridaje veća pozornost, barem kada je riječ o udžbenicima za hrvatski jezik.

Udžbenici za njemački jezik koncipirani su nešto drugačije. Nastava stranoga jezika i u teoriji i u praksi znači više od pukog posredovanja lingvističkih spoznaja. Učenicima ona predstavlja put ka upoznavanju strane kulture i u sklopu nje se treba na neki način nadomjestiti ono što se u nastavi materinskoga jezika smatra samorazumljivim – svakodnevnu komunikacijsku praksu. Slijedom toga, udžbenici za njemački jezik sadrže mnogo više uporabnih tekstova.

²¹ Treba ipak napomenuti da su u korpusu osobna pisma imala naglašenu informativnu komponentu, pa je svrstati ih u informative ovdje bilo opravdano.

Upute 20	Prognoza vremena 4	Pozivnica 7
Reportaža 1	Prikaz 2	Čestitka 2
Popis 4	Test osobnosti ²² 12	Plakat 16
Vozni red 4	Dopis (članak za novine) 51	Poslovica 14
Pismo 58	Kalendar 2	Karta (vinska) 1
Životopis 9	Natuknica 15	Poruka 5
Program 19	Vic 19	Članska iskaznica 1
Pozdrav (razglednica) 13	Zakon (Članci) 2	Svjedodžba (školska) 2
Prospekt 43	Osmosmjerka 1	Račun 1
Poruka (SMS/chat) ²³ 19	Vijest 38	Komentar 5
Zapis (dnevnički) 6	Obavijest 2	Deklaracija (s proizvoda) 6
Kuharski recept 42	Oglas 98	Zahtjev 6
Katalog 2	Ugovor 2	Zahvalnica 1
Molba 1	Natpis na vratima 3	Narudžbenica 3
Uvodni članak 1	Potvrda narudžbe 2	Križaljka/Dopunjaljka 3
Slogan 1	Opoziv (narudžbe) 1	Ponuda 7
Dopis (poslovni) 9	Natječaj za radno mjesto 17	Reklama 89
Intervju 20	Horoskop 3	Kazalo sadržaja ²⁴ 2
Bilješka 1	Ranglista 3	Cjenik 11
Žalba 3	Prijava (na natječaj) 3	Izješće 5
Vozna karta 6	Kartica bankovnog računa ²⁵ 3	Kviz 2
Raspored 13	Jelovnik 16	Iskaznica ²⁶ 1
Kućni red 1	Kino-karta 1	Vizitkarta ²⁷ 4
Upit 3	Prijedlog 5	Srećka 1

Tablica 3: Pregled tekstnih vrsta u 35 srednjoškolskih udžbenika za njemački jezik

²² Ova tekstna vrsta ne pojavljuje se kod Ivanetić (2003). Navodi se kviz i ubraja u direktive, točnije, u podskup tekstnih vrsta s funkcijom zadati adresatu kognitivni problem. S obzirom na to da je u testovima osobnosti najvažniji rezultat i ono što iz njega proizlazi, u ovome će radu biti tretirani kao informativi s osnovnom funkcijom animirati (po tome su slični horoskopu).

²³ Nada Ivanetić poruku povezuje s informativnom funkcijom. Međutim, u korpusu je u primjerima SMS-a i chat-a izraženija kontaktivna funkcija, pa ćemo ih pribrojati ekspresivima i na taj način razlikovati od ostalih poruka.

²⁴ Pojavljuje se kao polazni informativni tekst.

²⁵ Analogno članskoj iskaznici, indeksu, putnoj karti i sl. u ovome se radu svrstava u deklarative.

²⁶ Riječ je o identifikacijskoj ispravi za učenike, na temelju koje ostvaruju brojne popuste tijekom školskih praznika.

²⁷ Iako ova vrsta može imati kontaktivnu funkciju, u udžbenicima je služila prvenstveno kao izvor informacija.

tip	broj	%
asertivi	519	64,7
direktivi	194	24,4
komisivi	26	3,3
ekspresivi	35	4,4
deklarativi	25	3,2

Tablica 4: Distribucija tekstnih vrsta u srednjoškolskim udžbenicima za njemački jezik po tekstnim tipovima (Ivanetić 2003.)

U udžbenicima za njemački jezik uporabni se tekstovi pojavljuju u 799 primjera, a zastupljena je 71 tekstna vrsta. 301 uporabni tekst našao se u 16 udžbenika za gimnazije, a 498 njih u 19 udžbenika za strukovne škole. Veća zastupljenost uporabnih tekstova u strukovnim školama također odgovara programu za taj stupanj obrazovanja. Kada je riječ o tipovima tekstnih vrsta, asertivi su i ovdje dominantni, ali je u odnosu na udžbenike hrvatskoga jezika nešto veća zastupljenost komisiva i deklarativa²⁸, zbog već spomenute dimenzije posredovanja komunikacijske stvarnosti u nastavi stranoga jezika.

Na kraju pregleda statusa uporabnih tekstova u udžbenicima čini se korisnim spomenuti tendenciju koja je zajednička udžbenicima za hrvatski i njemački jezik, a može se sažeti na sljedeći način: što je novije izdanje, to je veća zastupljenost uporabnih tekstova. Iz toga se može zaključiti da je u okvirima metodike jezika u posljednjih deset godina ojačala svijest o uporabnim tekstovima kao temelju komunikacijske prakse i njihovoj važnosti za razvoj komunikacijske kompetencije kod učenika.

²⁸ Kinokarta, vozna karta, deklaracija s proizvoda ili račun predstavljaju dio svakodnevne komunikacije, a nastava stranoga jezika često je učenicima jedini susret s tim naoko banalnim vrstama.

3. Analiza odabranih uporabnih tekstova

3.1. Uvodno određenje korpusa i modela analize

Središnji je dio ovoga rada analiza pet tekstnih vrsta u hrvatskome i njemačkome jeziku: životopisa, natječaja za radno mjesto, posljednjega pozdrava, vica i horoskopa. Odabir se upravo tih vrsta temelji na različitim razlozima.

1. Prije svega, riječ je o relativno frekventnim tekstovima, za koje se pretpostavlja da će ih učenici producirati i recipirati i izvan okvira nastave, kao i nakon završetka školovanja. Zbog toga je važno da ih se za recepciju i produkciju tih tekstnih vrsta osposobi u sklopu nastave jezika.
2. Odabrane tekstne vrste pripadaju različitim funkcionalnim tipovima, pa su na taj način u analizi zastupljeni asertivi (životopis, horoskop i vic), komisivi (natječaj za radno mjesto) i ekspresivi (posljednji pozdrav).
3. Tekstne vrste koje su predmetom analize u ovome radu također pripadaju različitim domenama²⁹, pa je tako horoskop dio privatne, životopis i natječaj za posao dio su službene, a posljednji pozdrav javne sfere. Vic je pak moguće, ovisno o komunikacijskim okolnostima (različiti emitenti, medij), odrediti kao dio privatne ili javne domene.
4. Životopis i natječaj za radno mjesto analiziraju se prvenstveno zato što imaju veliku uporabnu vrijednost za učenike. Ove su vrste dio službene komunikacije i ovladavanje njima jest svojevrсни imperativ za profesionalo snalaženje i napredovanje, bez obzira na usmjerenje.
5. Posljednji pozdrav veže se uz ustaljeni, ritualizirani, a time i kulturno uvjetovani dio komunikacijske prakse koji prati važne životne događaje (rođenje, vjenčanje, smrt), kada se posebno cijeni adekvatna komunikacija u skladu s određenim društvenim normama.
6. Vic i horoskop našli su svoje mjesto u ovome radu prvenstveno zbog činjenice da nastava jezika teži tomu da bude zanimljiva. U okvirima metodike nastave jezika, kako materinskoga, tako i stranoga, motivacija učenika ima vrlo važnu ulogu, pa se učenje jezičnih činjenica na vrstama koje kod učenika pobuđuju interes čini zahvalnom idejom.

²⁹ Domene se u različitim autora odnose na različita područja. Ovaj se rad ravna prema Brinkerovoj podjeli pripadnosti tekstova privatnoj, službenoj i javnoj domeni (Brinker 2005: 149 – 150).

U današnjem je digitaliziranome svijetu pitanje prikupljanja korpusa, čini se, rješivo lakše nego ikada. Na internetu su dostupni gotovo svi tekstovi, kao i obrasci pojedinih tekstova, praćeni često i uputama za produciranje. Novine i časopisi također imaju *online* izdanja, istovjetna onima koja se u tiskanome obliku kupuju na prodajnim mjestima. Postoje i specijalizirani servisi koji pokrivaju određene sfere komunikacijske prakse, kao što su, primjerice, mrežne stranice koje prezentiraju ponudu i potražnju poslova. Značajan je dio korpusa za ovaj rad prikupljen pretraživanjem na internetu – korpus životopisa i horoskopa gotovo u cijelosti, a tekstovi natječaja za posao, posljednji pozdravi i vicevi velikim dijelom (neki tekstovi su preuzeti iz tiskanih izdanja dnevnih novina i udžbenika).

O modelima prema kojima se mogu empirijski istraživati tekstovi bilo je riječ u drugome poglavlju. S obzirom na ciljnu usmjerenost ovoga rada svrsishodno je držati se integrativnih modela koji omogućuju istraživanje i uključivanje više segmenata u analizu. Za stjecanje komunikacijske kompetencije podjednako je važno proučavanje transfrastičke razine jezičnoga iskaza i kulturološki specifičan širi komunikacijski kontekst, što znači da se spoznaje tekstne lingvistike mogu na više razina inkorporirati u nastavu jezika i unaprijediti je (usp. Blühdorn, u Foschi Albert et al. 2006: 102 – 103). Ivanetić 2003. navodi popis kriterija koji se uvijek iznova pojavljuju u empirijskim istraživanjima i čine svojevrsni kanon analize tekstnih vrsta (2003: 45 – 55). Na temelju njih koncipira model koji će i ovaj rad pratiti.

Kada se analizira *interakcijsko-situacijski kontekst*, promatra se situacija u užem smislu, koja obuhvaća emitenta i recipijenta, njihove intencije i odnose i situacija u širem smislu, što podrazumijeva domenu, mjesto, vrijeme i medij komunikacije. Osim toga, kontekst određuju opće društvene, odnosno, komunikacijske te specifične norme, vezane uz domenu ili instituciju (usp. Ivanetić 2003: 46).

Pojam *funkcija* odnosi se na svrhu teksta, odnosno na komunikacijsku namjeru koja je emitenta navela da ostvari tekst, a koja se potom korištenjem komunikacijskih i jezičnih konvencija nastoji prenijeti recipijentu. Za određenje funkcije služe tekstualni (performativne formule, rečenični modus, izbor i način razvijanja teme, stilsko oblikovanje, arhitektonika teksta i sl.) ili kontekstualni indikatori, poput lokacije teksta ili medija u kojem se tekst pojavljuje (ibid. 47).

U okviru *strukture* analiziraju se makrostruktura i arhitektonika (ibid. 48 – 50). Pod pojmom *makrostrukture* misli se na sadržaj teksta, točnije na redoslijed sadržajno-funkcionalnih elemenata u njemu. Za određenje teksta najvažniji su konstitutivni dijelovi strukture, koji se obavezno pojavljuju u konvencionaliziranome obliku teksta. Uz njih postoje i elementi koji nisu nužno dijelom teksta, ali mogu se pojaviti – tzv. fakultativni segmenti. Oni omogućuju emitentu slobodu djelovanja pri stvaranju teksta, jer se njihovim uvrštavanjem može modificirati tekstni obrazac, već prema komunikacijskim potrebama (ibid. 49). *Arhitektonika* se pak odnosi na vanjski oblik teksta, a određena je načinom na koji se tekst vizualizira i grafički oblikuje.

Tema čini sadržajnu jezgru teksta, a utječe na njegov jezik jer određuje izbor leksika. U okvirima istraživanja sadržajne razine teksta pozornost se posvećuje semantičkim poljima karakterističnim za pojedinu tekstnu vrstu. Osim toga, prati se i način razvijanja teme, jer on uvelike utječe na strukturu teksta. Tri su osnovna načina razvijanja teme – deskripcija, naracija i argumentacija, a postoji i eksplikacija, u kojoj su ujedinjeni elementi osnovnih triju tipova (usp. Brinker 2005: 65 – 87).

Analiza *jezičnoga oblika* obuhvaća morfosintaktička, sintaktička i leksička obilježja teksta. Pritom se pozornost najčešće posvećuje rečeničnoj konstrukciji i vrstama rečenica, kohezivnim sredstvima, kategorijama glagolskoga vremena i načina te realizaciji foričkih odnosa u tekstovima.

3.2. Životopis

Životopis je tekstna vrsta vrlo frekventna u svakodnevnoj komunikaciji. Najčešće se prilaže prijavi na natječaj za radno mjesto, stipendiju, upis u kakav obrazovni program i sl. Nastaje kao rezultat namjere emitenta da adresatu prenese određene informacije o svome životu (s naglaskom na profesionalnoj sferi) i ujedno sebe prezentira kao kandidata koji odgovara uvjetima natječaja, što utječe na selekciju informacija koje sadrži. Kako mu je osnovna funkcija informirati, ubrajamo ga u asertivne tekstne vrste.

U Anićeve Rječniku objašnjenje pojma „opis života po redu značajnih događaja“ dolazi s natuknicom *biografija*, a riječ *životopis* (kao i *curriculum vitae*) navodi se kao sinonim (Anić 2003: 80). O varijacijama izraza za tu tekstnu vrstu u hrvatskome jeziku u posljednjih nekoliko desetljeća govori i Ivanetić (2003: 150), a može se konstatirati da se u okvirima poslovne komunikacije izraz *životopis* nametnuo kao dominantan i danas prevladava. U njemačkome jeziku uz pojam *Lebenslauf* kojim se označava „pisani prikaz ili sažetak (posebno u odnosu na profesionalni put) najvažnijih podataka i događaja iz vlastitoga života“³⁰ također postoje izrazi *Biografie* i *Curriculum Vitae*, s time da *Lebenslauf* ima primat, a nešto češće nego u hrvatskome jeziku u istraživanome korpusu tekstna je vrsta naslovljena kao *Curriculum Vitae*.

Dvije su varijante u kojima se javlja životopis: tablični i narativni. Narativni se životopis primjenjuje već dugo, a tablični se etablirao kao odraz promjene u komunikacijskoj praksi. Važan faktor u tom su procesu predstavljale internacionalizacija komunikacije i dominacija engleskoga jezika (usp. Ivanetić 2003: 143). Razvoj tehnologije i medija rezultirao je lakšim i bržim pristupom informacijama, što se uvelike odrazilo na poslovnu komunikaciju. Za recipijenta tabličnoga životopisa vizualno i grafički segmentirana struktura olakšava selekciju podataka koje on smatra relevantnima. Međutim, usprkos navedenim prednostima tabličnoga životopisa, narativni oblik nije nestao iz uporabe. U nekim se natječajima čak izrijeком traži upravo narativni životopis, jer u njemu emitent može implicitno izraziti više informacija o sebi. Iako i ova varijanta ima zadanu strukturu i određena prototipna obilježja koja moraju biti zadovoljena da bi se moglo govoriti o komunikativnom tekstu, a uz to, dakako, podliježe konvencijama poslovne komunikacije, ona ipak omogućuje ugradnju osobnoga stila i personaliziranu

³⁰ Slobodno prevedeno drugo značenje rječničke natuknice *Lebenslauf* (Duden – Deutsches Universalwörterbuch, 2006).

prezentaciju podataka u većoj mjeri od tablične. Tako recipijent može, ako to smatra svrsishodnim u kontekstu konkretnoga natječaja, navesti temu svoga diplomskoga rada ili uspjeh u studiju te s druge strane, prešutjeti manje povoljne podatke, kao što su trajanje studija ili vremenski kratko radno iskustvo u određenome području.

U ovome će radu biti predstavljena u današnje vrijeme prevladavajuća tablična inačica životopisa na hrvatskome i njemačkome jeziku i to s obzirom na strukturu, sadržaj i jezični oblik. Tekstovi su prikupljeni s različitih internetskih stranica. Osim toga, bit će prikazan i *Europass* obrazac, unificirani oblik životopisa čija je uporaba sve raširenija u Europi te spomenute najnovije tendencije u produkciji ove tekstne vrste.

Životopisi su vrlo tipizirani tekstovi s ustaljenom *strukturuom i sadržajem*. Bez obzira na to radi li se o narativnoj ili tabličnoj varijanti, najčešće započinju naslovom *Životopis* u hrvatskome i *Lebenslauf* u njemačkome, a oznaka *Curriculum Vitae* pojavljuje se podjednako često u obama korpusima. Iznimku pritom čine samo primjeri u kojima se životopis na neki način najavljuje u tekstu koji prethodi i time unaprijed identificira kao vrstu, kao što je slučaj sa tekstovima koji se mogu naći na portalima koji su tematski posvećeni ponudi i potražnji poslova. Konstitutivni dio makrostrukture čine osobni podaci, podaci o obrazovanju i oni o radnome iskustvu. Način na koji su uklopljeni u tekst ovisi o formi životopisa.

Kada se radi o tabličnim varijantama³¹, *osobni podaci* prvi su red informacija koje životopis donosi. S obzirom na to da ova tekstna vrsta presumira dvosmjernu komunikaciju, podaci koji omogućuju kontaktiranje emitenta (ime i prezime, adresa i e-adresa, broj telefona i mobitela) pojavljuju se u cijelome korpusu. Osim toga, pod osobnim se podacima često navode datum i mjesto rođenja. Podaci o državljanstvu (*Staatsangehörigkeit*) i bračnome statusu (*Familienstand/Zivilstand*³²), popraćeni ponekad podacima o broju djece, u njemačkim se životopisima pojavljuju gotovo u pravilu³³, a u hrvatskome korpusu vrlo rijetko (ako da, onda pod kategorijom *Ostalo*). To se vjerojatno jednim dijelom može povezati s vizualnim uređenjem teksta, jer se kontaktni podaci u njemačkome dijelu korpusa vrlo često odvajaju od ostatka teksta i pišu u zaglavlju (vidi obrazac životopisa u Prilogu 1). Nakon toga ipak dolazi posebni dio teksta

³¹ U ovu skupinu ubrajaju se i životopisi koji nisu nužno formatirani kao tablica, nego im je tekst podijeljen naslovljenim odlomcima i vizualno je sličan tabličnome prikazu.

³² Izraz se rabi u Švicarskoj.

³³ Vidi obrazac životopisa na <http://www.jobscout24.ch/download/vorlagen/Lebenslauf> (pristupljeno 2.1.2014.).

naslovljen kao *Persönliche Daten*, koji uključuje spomenute informacije. Očito je da se u hrvatskim životopisima pod pojmom osobni podaci zapravo uglavnom misli na kontaktne informacije, ali izostanak podataka o bračnome statusu može signalizirati i drugačiju percepciju sudionika komunikacije o važnosti tih informacija.

Podaci o obrazovanju u hrvatskim životopisima češće prethode onima o radnome iskustvu, dok je u njemačkome korpusu obrnuto (vidi Priloge 1 i 2). Možda razlog tomu treba tražiti u kasnijemu i sporijemu prihvaćanju vremenskoga slijeda od sadašnjosti prema prošlosti (što je istovremeno s tabličnim oblikom životopisa preuzeto iz anglosaksonske komunikacijske prakse) u hrvatskoj poslovnoj komunikaciji. Kronološki gledano, obrazovanje obično prethodi radnome iskustvu, pa ga se pri dosljednoj primjeni obrnutoga vremenskog slijeda može uvrstiti u tekst i nakon podataka o radnome iskustvu. U kontekstu kronološke prezentacije podataka zanimljivo je promatrati primjere životopisa u kojima je poslovno iskustvo navedeno od sadašnjosti prema prošlosti, dok je s obrazovanjem situacija suprotna³⁴. I to govori u prilog činjenici da u hrvatskoj komunikacijskoj praksi obrnuti kronološki prikaz još nije posve ukorijenjen. Međutim, odabir redoslijeda prezentacije informacija može ovisiti i o procjeni emitenta koji su podaci za njega povoljniji. Tako se, poglavito u hrvatskome korpusu, u kojemu su modifikacije rasporeda strukturnih dijelova češće, može primijetiti tendencija da emitenti s bogatijim (ili u kontekstu natječaja na koji se prijavljuju relevantnijim) radnim iskustvom te podatke uvrštavaju u tekst prije onih o obrazovanju. U njemačkim se životopisima primjećuje nešto razvijenija svijest emitenata o važnosti naglašavanja dodatnoga obrazovanja, pa je taj dio strukture u većem broju primjera naslovljen sa *Aus- und Weiterbildung*, dok se u hrvatskome korpusu u dvama primjerima dodatna edukacija navodi u posebnome dijelu pod naslovom *Seminari*.

Podaci o radnome iskustvu dosljedno se prezentiraju od sadašnjosti prema prošlosti u tabličnim životopisima u obama korpusima. U okviru tih podataka navodi se vremensko razdoblje u kojem je emitent bio zaposlen, naziv tvrtke ili institucije koja je bila poslodavcem i pozicija ili naziv radnoga mjesta, a uz to se često donosi i opis radnoga mjesta, odnosno, popis dužnosti ili poslova koje je emitent obavljao (Prilozi 1, 2 i 3).

³⁴ <http://www.scribd.com/doc/19979793/primjerivotopisa>, pristupljeno 28.12.2013.

Fakultativni segmenti makrostrukture o obama su korpusima slični i javljaju se u gotovo svim primjerima životopisa, što je posljedica tendencije ujednačavanja te tekstne vrste na internacionalnoj razini. Fakultativnim dijelovima možemo smatrati fotografiju emitenta, te razne druge, više ili manje segmentirane informacije, ovisno o ciljanome opsegu teksta ili specifičnoj selekciji informacija s obzirom na recipijenta. Još prije desetak godina u hrvatskim je životopisima takva vrsta informacija bila jednostavno svrstana pod kategoriju *Ostalo* (usp. Ivanetić 2003: 49)³⁵. Danas se, u sklopu tendencije pregledne prezentacije podataka kao jednog od načina prilagodbi i podilaženja emitenta poslodavcu kao recipijentu, te informacije najčešće detaljnije raščlanjuju. Ipak, taj se postupak prije svega odnosi na arhitektoniku teksta, jer sadržajno se još uvijek pod posebna znanja i vještine uglavnom ubrajaju znanje stranih jezika i poznavanje rada na računalu. Osim toga, često se navode hobiji i slobodne aktivnosti. Dodatno se mogu navesti i podaci o vozačkoj dozvoli, popis priloga (svjedodžbe, diplome, preporuke i sl.) ili posebna priznanja koja su emitentu dodijeljena. U dvama hrvatskim životopisima na samome početku teksta nalazi se dio naslovljen kao *Sažetak*, a donosi informacije o osobinama ili prednostima emitenta koje on smatra vrijednima naglašavanja. U njemačkome korpusu nema takvih primjera.

„ - *Komunikativan, pouzdana i odgovorna osoba, uživam u radu s ljudima*
- *Želja za učenjem, usavršavanjem i napredovanjem na poslu*”³⁶

„ - *desetogodišnje radno iskustvo u poslovima rukovođenja, nabave i prodaje*
- *pouzdan, odgovoran i ambiciozan u poslu i životu*
- *profesionalni cilj: poslovno usavršavanje i edukacija*”³⁷

Zanimljiva je razlika između hrvatskoga i njemačkoga korpusa s obzirom na formalni okvir teksta. Dok je stereotipni početni signal u obliku naslova zajednički hrvatskim i njemačkim tekstovima, hrvatski najčešće nemaju ustaljeni završni signal koji u njemačkome korpusu predstavljaju mjesto i datum sastavljanja teksta ili slanja teksta recipijentu.

Tendencija je unifikacije tekstne vrste životopisa na internacionalnoj razini ostvarena u obliku danas raširenoga i u okvirima poslovne komunikacije često preporučenoga *Europass* formata životopisa. Grafički i sadržajno veoma raščlanjen, ovaj oblik životopisa omogućuje

³⁵ Valja pritom imati na umu da je Ivanetić analizirala isključivo narativne životopise, koji su i inače u manjoj mjeri raščlanjeni od danas prevladavajućih tabličnih.

³⁶ <http://www.scribd.com/doc/94194563/primjer-%C5%BEivotopisa>, pristupljeno 28.12.2013.

³⁷ Vidi Prilog 2.

recipijentu brz, a ipak detaljan uvid u potrebne informacije. Obrasci dostupni na internetu sadrže upute, u kojima je naznačeno da se ponuđena struktura može, ali i ne mora poštivati budući da je svaku rubriku moguće izbrisati, ako ju emitent ne smatra relevantnom. Razlika u odnosu na dosadašnje obrasce životopisa u najvećoj je mjeri vidljiva u preciziranju informacija o poznavanju stranih jezika i o vještinama. Pregled podataka o stranim jezicima, koji je uvršten u rubriku *Osobne vještine*, usklađen je sa Zajedničkim europskim referentnim okvirom za jezike i obuhvaća kompetencije razumijevanja, govorenja i pisanja ocijenjene stupnjevima od A1 do C2³⁸. Osim toga, u ovoj se rubrici navode komunikacijske, organizacijske i računalne vještine, podatak o posjedovanju vozačke dozvole i „ostale vještine“, pod kojima emitenti uglavnom navode hobije i slobodne aktivnosti (Prilog 3).

Dok su unifikacija i prevlast tablične varijante životopisa u većoj mjeri praktična prilagodba poslodavcima kao recipijentima, na tržištu rada u svjetlu sve brojnije i jače konkurencije emitenti traže nove načine kako bi se pri prijavi za radno mjesto istaknuli u odnosu na ostale kandidate. Kao posljedica te tendencije pojavljuju se specijalni servisi za izradu tzv. *kreativnih životopisa*. Iako ideja prezentacije podataka na poseban i nekonvencionalan način može zvučati dobro u kontekstu pokušaja odskakanja od konkurencije, emitenti bi u ovome slučaju posebno trebali voditi računa o prihvatljivosti takve forme u kontekstu natječaja na koji se prijavljuju. Sljedeća tri primjera kreativnih životopisa prikazuju neke od mogućnosti.

³⁸ Više o tome usp. na <http://www.europass.cedefop.europa.eu/hr/resources/european-language-levels-cefr> (prisupljeno 25.1.2014.).

Fotografija 1: Kreativni životopisi³⁹

a)



³⁹ Primjerci životopisa preuzeti su sa stranice <http://www.moj-posao.net/Savjet/71556/94-primjera-odlicnih-zivotopisa/51/> (pristupljeno 25.1.2014.).

b)

CHRISTA ROETHLISBERGER
8300 SOUTH GERRA ROAD
BIRCH RUN, MICHIGAN 48416
989.928.9553
ROETHLC@FERRIS.EDU
GROEDEV.FERRIS.EDU/ROETHLC-

SOFTWARE
Adobe InDesign
Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Adobe Dreamweaver
Adobe Flash
Microsoft Office
HTML Experience
CSS Experience

DESIGN
Typography
Layout
Grid
Color Theory

EXPERIENCE
2005-2006 Summer
Dixie Motor Speedway: Birch Run, MI
cashier, customer service, and concessions.
2004-2007
Curves for Women: Birch Run, MI
payroll, deposits, tax documentation,
customer sign-up, and circuit training.
2008-2009 Seasonal
L'eggs Hanes Ball Playtex: Birch Run, MI
cashier, bra fittings, measuring,
customer help, and stocking.

EDUCATION
Associates in Applied Science
Graphic Design
May 2009
GPA 3.61
Ferris State University, Big Rapids, MI
Frankenmuth High School
Frankenmuth, MI
GPA 3.3

INTERESTS
photography, traveling,
dance, gymnastics,
and music.

TRAVELING
Mexico on a mission trip and
Spain with high school
Spanish Club.

GROUPS
In high school was involved
in Spanish Club, FHS Track
and field, and Dance.

CHRISTA ROETHLIS- BERGER

c)



Informativna se *funkcija* životopisa određuje na temelju kontekstualnih indikatora, jer je kao tekstna vrsta on standardnim dijelom poslovne komunikacije te se u najvećem broju slučajeva prilaže prijavi na neki natječaj (najčešće je riječ o natječaju za radno mjesto), odnosno, navedene tekstne vrste određuju mu kontekst. Tekstni indikator informativnosti u narativnoj je varijanti životopisa dosljedna uporaba izjavnih rečenica.

U tabličnim se životopisima u hrvatskome korpusu rečenice pojavljuju vrlo rijetko (a i onda uglavnom kao besubjektne rečenice), najčešće kada se referira na preporuke (vidi Prilog 2 i Prilog 3), dok ih u njemačkome dijelu korpusa nema. Umjesto rečenica, tablični oblik životopisa donosi natuknice. Ipak, redukcija na planu izraza ne utječe na sadržajnu vrijednost jer se broj relevantnih informacija nije smanjio, nego povećao, pa Ivanetić s pravom za tablične životopise kaže da su „prototipični primjeri komprimirana izraza“ (2003: 152). Promatrajući natuknice iz jezične perspektive, u hrvatskome korpusu pojavljuju se eliptične konstrukcije s izostavljanjem zalihosnih elemenata poput glagola (*vozačka dozvola B kategorije*) ili nominalizirane strukture (*upravljanje trgovačkim društvom, vođenje nabave i prodaje robe i usluga*), dok je u njemačkome nominalizacija dominantno sredstvo redukcije (*Betreuung von Print- und Offlinekampagnen, Organisation der Messeauftritte, Vorbereitung und Durchführung von Kundenevents*⁴⁰), a elipse su rjeđe (*vierwöchige Sprachreise nach Cambridge*).

Leksik je životopisa određen sadržajem, pa se učestalo javljaju izrazi iz semantičkih polja oznake mjesta, obrazovnih institucija, studijskih grupa i usmjerenja, stručnih područja ili zvanja i zanimanja (usp. Ivanetić 2003: 147).

Na kraju valja reći da, usprkos sažimanju izraza i naglašenoj tendenciji unifikacije, produkcija tabličnoga životopisa zahtijeva poznavanje tekstne vrste i njenih konvencija, poglavito s obzirom na regulativne principe efikasnosti, efektivnosti i primjerenosti. Budući da ova informativna vrsta ne nastaje samo radi prezentacije informacija, već je emitent producira s ciljem da time utječe na svoj status, valja usvojiti pravila produkcije životopisa, kao i aktivno pratiti eventualne promjene komunikacijskih konvencija na tom području. Zato bi životopis svakako morao biti dijelom nastave jezika.

⁴⁰ <http://www.jobscout24.ch/download/vorlagen/Lebenslauf>, pristupljeno 15.1.2014.

3.3. Natječaj za radno mjesto

Natječaj za radno mjesto ubraja se u komisive, i to u unilateralne tekstne vrste, jer se emitent objavom natječaja obvezuje osigurati kandidatima uvjete navedene u natječaju. Međutim, ta je funkcija tek jedna od onih koje ova tekstna vrsta može imati, o čemu će nešto kasnije biti više rečeno. Natječaj pripada javnoj komunikaciji i u svojoj suštini on je specifična vrsta oglasa. U njemačkome jeziku to se očituje u samome nazivu za tekstnu vrstu koja se označava sa *Stellenanzeige* ili *Stellenangebot*, dok u hrvatskome koegzistiraju nazivi *natječaj* i *oglas za radno mjesto*, s time da se izraz *natječaj* sve češće odnosi na ponudu radnih mjesta u državnim i javnim institucijama (kojima je objavljivanje natječaja zakonski regulirana obaveza), dok je *oglas* termin koji se rabi u ponudama privatnih tvrtki. Za potrebe ćemo se ovoga rada držati izraza natječaj jer on u hrvatskome jeziku distingvira tu tekstnu vrstu od ostalih vrsta oglasa. Korpus za analizu čine natječaji na hrvatskome jeziku objavljeni u *Večernjem listu* od 8. do 12. prosinca 2013. i nekoliko odabranih natječaja s internetskih stranica servisa namijenjenih ponudi i potražnji poslova. Njemački su pak natječaj preuzeti s interneta, bilo da se radi o *online* izdanjima dnevnih novina, bilo o već spomenutim namjenskim servisima, a upravo su to mediji u kojima se natječaj najčešće i objavljuju. Jezični oblik svake tekstne vrste, pa tako i natječaja, usko je povezan s funkcijom i strukturom teksta, pa će o jezičnim karakteristikama teksta natječaja biti govora u okvirima analize tih elemenata. S obzirom na to da su njemački natječaj raščlanjeniji od hrvatskih, u opisu će ove tekstne vrste primjeri iz njemačkoga korpusa prethoditi onima iz hrvatskoga.

Iako postoje specijalizirane tvrtke koje izrađuju natječaje po narudžbi, kao i *online* servisi s istom vrstom usluga, pravi je emitent natječaja uvijek poslodavac – osoba, tvrtka ili institucija koja nudi radno mjesto. Recipijentima je natječaja recepcija tek prvi korak u interakciji s emitentom jer se komunikacijski proces nastavlja prijavom na natječaj i emitentovim odgovorom na prijavu (usp. Ivanetić 2003: 197).

Polifunkcionalnost se natječaja jasno može iščitati iz njegove strukture. Osim već spomenutog komisivnog dijela, natječaj sadrži i informacije karakteristične za asertivne tekstove (npr. potrebne kvalifikacije kandidata) te vrlo često upute o načinu prijave na natječaj, čime se približava direktivnim tekstovima. Osim toga postoji još jedna, prije svega u njemačkim natječajima prisutna funkcija – ona reklamna. Cilj poslodavca kao emitenta jest privući što veći

broj kandidata, što će omogućiti selekciju između većeg broja kompetentnih, pa se nastoji privući recipijente na razne načine i istodobno se samopromovirati. Ako tome dodamo i činjenicu da bi običan oglas za radno mjesto manjega formata s nazivom radnoga mjesta i navođenjem potrebnih kvalifikacija zacijelo poslužio svrsi i rezultirao prijavom određenog broja kandidata, još je jasnije da je raščlanjen i opširan oglas sredstvo samopromidžbe. Emitent se najčešće reklamira logom koji ponekad prate i propagandne krilatice ili općepoznati moto (Vidi Prilog 4). U njemačkim je natječajima ikonografija koja identificira i promovira emitenta pravilo, čak i ako se radi o radnim mjestima u državnim ili javnim službama (kada se, primjerice, umjesto loga pojavljuje grb pokrajine), dok se u hrvatskome korpusu može, ali i ne mora pojaviti.

Struktura natječaja obično sadrži sljedeće elemente: animiranje, emitent, ponuda, recipijent, pogodnosti i prijava (Ivanetić 2003: 200). U ovome će radu analiza strukture također polaziti od navedenih elemenata, a budući da su pojedini dijelovi strukture obilježeni dominacijom određene funkcije, koja pak uvjetuje specifičnu jezičnu realizaciju, ukazat će se i na jezična obilježja pojedinih dijelova natječaja.

Uvodni dio teksta njemačkoga natječaja čine strukturni elementi animiranje (fakultativni) i predstavljanje emitenta (konstitutivni). Pod animiranjem se podrazumijevaju različiti postupci kojima se nastoji privući pažnju recipijenta na sam natječaj, a pojavljuje se u obliku reklamnoga slogana emitenta, propagandne krilatice ili iskaza usmjerenog ka individualizaciji recipijenta, poput apela ili pitanja (usp. Ivanetić 2003: 200 – 201). U korpusu ovoga rada propagandna krilatica *Offen im Denken* pojavljuje se samo u jednome natječaju kao izdvojeni element strukture (Prilog 4). No reklamna se funkcija ipak ostvaruje češće, prije svega, u okvirima konstitutivnog elementa strukture koji u sadržajnome smislu možemo odrediti kao predstavljanje emitenta. Iako je formuliran kao obavijest, upravo je taj dio strukture u njemačkim natječajima nositeljem već spomenute promidžbene funkcije. Predstavljanje emitenta najčešće započinje imenom tvrtke ili institucije (*Die HDBW, Die Fachhochschule Düsseldorf, Förderung der Bewährungshilfe in Hessen e.V.*) ili osobnom zamjenicom u prvome licu množine *wir*. Nakon toga slijede podaci o djelatnosti (*eine private Hochschule mit Fokus auf Wirtschaft und Technik*), području djelovanja (*in enger Kooperation mit bayerischen und internationalen Unternehmen*), uspješnosti (*staatlich anerkanntes privates Gymnasium*), tradiciji (*gegründet im Jahr 2007*), broju i/ili profilu zaposlenika (*ein junges und aufgeschlossenes Team*) te ciljevima/prioritetima tvrtke ili institucije (*die weitere Internationalisierung der Fachhochschule Düsseldorf durch englischsprachige Veranstaltungen zu*

unterstützen). Odabir vrste i količine informacija ovisi o emitentovim namjerama i prioritetima, pa tako postoje natječaji u kojima o emitentu doznajemo samo ime i eventualno lokaciju⁴¹ te oni u kojima se u okviru predstavljanja upućuje na izvore dodatnih informacija.

„Die Fachhochschule Düsseldorf ist eine der großen Fachhochschulen in Nordrhein-Westfalen und bildet in den Fachbereichen Architektur, Design, Elektrotechnik, Maschinenbau und Verfahrenstechnik, Medien, Sozial- und Kulturwissenschaften und Wirtschaft mehr als 8.000 Studierende aus. Weitere Informationen zur Hochschule erhalten Sie unter www.fh-duesseldorf.de.“⁴²

Ponekad je upravo predstavljanje emitenta središnjim dijelom natječaja i dominira nad ostalim sadržajnim i strukturnim komponentama pa se čini da je osnovna funkcija natječaja ona promidžbena. Primjer jednoga takva natječaja je u Prilogu 5, a strukturni dio u kojemu se emitent predstavlja donosi gotovo sve podatke koji se obično pojavljuju, čak i onaj o sloganu emitenta.

„Wir sind ein staatlich anerkanntes privates Gymnasium als Ganztagschule. Gegründet im Jahr 2007, haben wir im Jahr 2013 den ersten Schülerjahrgang mit einem besonders engagierten Kollegenteam sehr erfolgreich zum Abitur begleitet.

Unser Schulmotto lautet: ‚Mit starkem Selbstwertgefühl zum Abitur‘. Persönlichkeitsentwicklung, Einblicke in die Welt der Wirtschaft, Vertrautheit mit der eigenen kulturellen Tradition ebenso wie die Vorbereitung auf eine globalisierte Welt haben für uns einen hohen Stellenwert und stellen besondere Anforderungen an unsere Kollegen. Basis des Unterrichts ist die Förderung der Selbst- und Sozialkompetenz. Kleine Lerngruppen und die Begleitung durch Mentoren ermöglichen individuelle Förderung und intensive Betreuung unserer Schüler.

Wir haben derzeit in den Klassen 5 bis 12 insgesamt ca. 120 Schüler und ca. 40 Lehrkräfte und arbeiten am weiteren Auf- und Ausbau unserer Schule. Der Schulträger ist als Genossenschaft organisiert. Der/die Schulleiterin ist Mitglied des Vorstands der Genossenschaft.“⁴³

Za hrvatski je korpus u ovome radu potrebno naglasiti da se sastoji od tekstova koji su označeni (unutar teksta samoga) kao natječaji. Usporedno s njima u komunikacijskoj se praksi javlja tekstna vrsta označena kao oglas za radno mjesto, s istom funkcijom. Tekstovi označeni kao oglasi su gotovo u pravilu u odnosu na natječaje kraći i manje raščlanjeni. Fakultativni strukturni element animiranja javlja se samo u jednome natječaju:

„Le Méridien Lav, Split, dio Starwood lanca hotela TRAŽI ZVIJEZDE! !

KrEAtiVnOSt... i motiviranost... i profesionalni razvitak zaposlenih ono je na čemu gradimo svoj daljnji rast.“⁴⁴

⁴¹ http://jobs.main-netz.de/stellenanzeigen/anzeige_1108421071512401001.html, pristupljeno 15.12.2013.

⁴² http://jobs.zeit.de/stellenmarkt/professur_39826.html, pristupljeno 13.12.2013.

⁴³ <http://www.phg-nuertingen.de/kontakt-infos/stellenangebote/>, pristupljeno 13.12.2013.

⁴⁴ <http://www.posao.hr>, pristupljeno 3.3.2014.

U svim hrvatskim natječajima, osim u gornjem primjeru, poslodavac se predstavlja samo imenom tvrtke ili institucije, eventualno vizualno „pojačanim“ grbom (kod državnih i javnih institucija) ili logotipom poslodavca. U njima je, dakle, osjetno manje prisutna tendencija samopromocije. Naglašenija je komisivna funkcija, a tekstovi natječaja kreću *in medias res*, donoseći odmah nakon imenovanja emitenta ponudu.

Ponuda predstavlja središnji element svakoga natječaja, jer se u njemu navodi svrha produkcije tekstne vrste, a to je potraga za odgovarajućim recipijentom (usp. Ivanetić 2003: 204). U njemačkome je korpusu ta svrha jezično formulirana glagolom *suchen* ili glagolom *besetzen* u kombinaciji s imenicama *Stelle* ili *Position*. Uz to se obično definira očekivano vrijeme početka radnoga odnosa: *zum nächstmöglichen Zeitpunkt/Termin, in nächster Zeit, ab 1. April 2014, ab sofort*. Unutar istoga se segmenta strukture može navesti i razlog raspisivanja natječaja:

*„Aufgrund altersbedingten Ausscheidens unserer Schulleiterin suchen wir eine erfahrene Lehrkraft, die bereit ist, ein engagiertes Expertenteam von Lehrkräften pädagogisch zu führen und den wirtschaftlichen Erfolg der Genossenschaft sicherzustellen. Um die Kontinuität mit der erfolgreichen Arbeit der bisherigen Schulleiterin sicherzustellen, suchen wir ihre Nachfolgerin oder ihren Nachfolger ein Schuljahr vor ihrem Ausscheiden.“*⁴⁵

U hrvatskim natječajima ponuda se elaborira na početku teksta, odmah po imenovanju emitenta, a uključuje oznaku tekstne vrste imenicom *natječaj*⁴⁶ u kombinaciji s glagolom *raspisati* ili *objaviti* te predmet ponude (*izbor, imenovanje, popuna slobodnih radnih mjesta*).

Specifičnost je hrvatskih natječaja navođenje osnove za raspisivanje natječaja: *temeljem / na temelju članka x Zakona y / izjave Duštva / Odredbe / Statuta Fakulteta*. Praksa je to prvenstveno državnih i javnih institucija, kojima je objavljivanje natječaja propisano zakonom.

Segment strukture u kojemu se opisuje *recipijent* uključuje nekoliko elemenata, od kojih je najvažniji (što je u svim natječajima i vizualno uočljivo istaknutim grafičkim oblikovanjem) oznaka zanimanja. U njemačkome se korpusu zanimanja navode i u muškome i u ženskome obliku, pri čemu se najčešće rabi dvostruke oblike (*Leiter/-in, Fachlehrer/-in, die Stelle des Präsidenten / der Präsidentin, eine Beamtin / einen Beamten*), i to dosljedno u cijelome tekstu natječaja, čak i kod ostalih oznaka recipijenata (npr. *Bewerber/Bewerberinnen*). Druga je

⁴⁵ http://jobs.zeit.de/jobs/nuertingen_schulleiter_in_95939.html, pristupljeno 26.12.2013.

⁴⁶ Samo je u jednome primjeru tekstna vrsta označena kao *javni natječaj*, vidi *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936, str. 53.

mogućnost da se uz oznaku zanimanja u muškome rodu doda oznaka *m/w* (*die Position eines Sachbearbeiters m/w in der Bauverwaltung*), što se pojavljuje znatno rjeđe. Ponekad se koriste i rodno neutralni izrazi (*Lehrkräfte (m/w) gesucht*). Zanimljivo je da njemački natječaji često posebno naglašavaju izbjegavanje diskriminacije na osnovi roda:

*„Die Universität Duisburg-Essen verfolgt das Ziel, die Vielfalt ihrer Mitglieder zu fördern. Sie strebt die Erhöhung des Anteils der Frauen am wissenschaftlichen Personal an und fordert deshalb einschlägig qualifizierte Frauen nachdrücklich auf, sich zu bewerben. Bei gleicher Qualifikation werden Frauen nach Maßgabe des Landesgleichstellungsgesetzes bevorzugt berücksichtigt.“*⁴⁷

*„Die Bewerbung von Frauen wird begrüßt (Art. 7 Abs. 3 BayGlG).“*⁴⁸

Za označavanje zanimanja u hrvatskim se natjecajima ili rabe oznake u muškome i ženskome obliku (*izvršitelj/izvršiteljica, profesor/ica, ravnatelj/ica*), pri čemu je dosljednost principa znatno manje izražena nego u njemačkim tekstovima, ili su oznake u muškome obliku uz dodatak *m/ž* (*viši fizioterapeut – 1 izvršitelj m/ž*). Samo se u jednome natjecaju⁴⁹ dvostruki oblici imenica, zamjenica i glagola pojavljuju kroz čitav tekst. Ima i primjera u kojima su sve oznake recipijenta u tekstu natječaja u muškome rodu, ali se izrijeком ističe da se na natječaj „*mogu javiti osobe oba spola*“⁵⁰ ili se tek na kraju teksta jednom rabi dvostruki oblik (*pristupnici/ce*), bez posebne napomene o ravnopravnom statusu kandidata s obzirom na spol.

U opis recipijenta ubrajaju se i područja budućega djelovanja i uvjeti koje kandidat treba ispunjavati (Ivanetić 2003: 206). U njemačkim su natjecajima buduće obveze najčešće opisane taksativnim nabrojanjem pod posebnim podnaslovom (*Ihre Aufgaben / Sie haben folgende Hauptaufgaben / Der/Die Abteilungsleiter/in führt und verantwortet folgende Aufgabenbereiche / Ihre Aufgabenschwerpunkte*), a u jezičnome smislu formulirane su kao imeničke konstrukcije ili (znatno rjeđe) kao rečenice u prezentu:

*„Sie tragen insbesondere zum Profil der Studiengänge Ton und Bild und Medientechnik durch Lehraktivitäten in den Lehrgebieten Multimedia Authoring, AV-Mediengestaltung, Digitale Filmproduktion bei und initiieren und betreuen – auch studiengangübergreifend – audiovisuelle Medienprojekte im Fachbereich Medien.“*⁵¹

⁴⁷ http://jobs.zeit.de/stellenmarkt/informatik_mathematik_39823.html, pristupljeno 20.12.2013.

⁴⁸ <http://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/stellenmarkt/stellenmarkt.html>, pristupljeno 10.12.2013.

⁴⁹ Vidi *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936, str. 53.

⁵⁰ Vidi *Večernji list*, 11.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17937, str. 51.

⁵¹ http://jobs.zeit.de/stellenmarkt/professur_39826.html, pristupljeno 13.12.2013.

Ponekad je strukturni dio koji opisuje potencijalna područja djelovanja recipijenta dodatno raščlanjen, kako bi se omogućilo brže snalaženje u tekstu ili istaknulo različite aspekte djelovanja:

„Ihre Aufgaben:

Pädagogische Schulleitung

- *Pädagogische und organisatorische Leitung der Schule*
- *Personalführung und Personalentwicklung (u.a. Unterrichtseinsatz, Planung Ganztagesangebote, Mitarbeitergespräche)*
- *Qualitätsmanagement*
- *Schulentwicklung und Weiterentwicklung des Schulprofils*
Zusammenarbeit mit den schulischen Gremien und Behörden

Wirtschaftliche Schulleitung, Marketing und Vertrieb

- *Gewinnung neuer Schüler*
- *Kostenmanagement*
- *Öffentlichkeitsarbeit*⁵²

Rjeđe se produciraju natječaji u kojima nema posebnoga opisa obveza, jer se podrazumijeva da su one izrečene samim navođenjem zanimanja i u njemačkome dijelu korpusa samo je jedan takav tekst. U hrvatskim se natjecajima, upravo obrnuto, u pravilu ne pojavljuje ovaj strukturni element. Nalazimo ga tek u dvama natjecajima (oba na specijaliziranim *online* servisima), a formulirani su narativno, kao u sljedećem primjeru.

*„Vaši glavni zadaci na ovom radnom mjestu bit će vođenje tima ljudi, održavanje i poboljšanje kvalitete hrane te svakodnevno planiranje operativnih zadaća kuhinje. Aktivna uloga u kreaciji paketa hrane i pića, razvoj novih jelovnika i koordinacija marketinških aktivnosti sa prodajnim timom, kao i pomoć Glavnom kuharu i već postojećem Sous Chefu u pripremi i koordinaciji planova i prognoza cijelog odjela bit će sastavni dio Vašeg posla.“*⁵³

Zahtjevi kojima kandidat treba udovoljiti u njemačkim su natjecajima naslovljeni s *Ihr Profil / Sie verfügen über / Unsere Anforderungen/Erwartungen / Wir erwarten*, a oblikovani su u natuknicama, u pravilu kao imeničke konstrukcije, a rjeđe kao odnosne rečenice s referiranjem na imenicu *Persönlichkeit* ili *Lehrkraft*. U nekim su natjecajima očekivanja od kandidata izražena rečenicama u pasivu s glagolima *erwarten, erhoffen, suchen, voraussetzen*. U sadržajnome je smislu riječ o uvjetima koji se odnose na struku, pri čemu se najčešće na prvom mjestu traži iskustvo, a tek potom formalna kvalifikacija (npr. *ausgeprägte pädagogische Fähigkeiten, Erfahrungen in der Schulverwaltung und/oder Personalführung, gründliche Kenntnis des Schulrechts*) i

⁵² <http://www.phg-nuertingen.de/kontakt-infos/stellenangebote/>, pristupljeno 15.1.2014.

⁵³ <http://www.posao.hr>, pristupljeno 3.3.2014.

onima koji se odnose na poželjne karakterne osobine (*Kreativität/Teamfähigkeit, ausgeprägte analytische Fähigkeiten, Kommunikative und soziale Kompetenz, Innovationsbereitschaft, hohe Belastbarkeit*).

Očekivanja i uvjeti mogu biti opisani vrlo oskudno, navodeći tek formalnu stručnu kompetenciju ili opširnije, pokrivajući sve za poslodavca relevantne čimbenike:

„Gesucht werden Persönlichkeiten, welche die entsprechenden Lehrgebiete sowohl in der Breite ihrer Grundlagenfächer als auch in den angrenzenden Studiengängen der Hochschule hervorragend vertreten können. Erwartet werden exzellente Spezialisierung durch berufliche Tätigkeit im jeweiligen betriebswirtschaftlichen Vertiefungsgebiet und umfangreiches Fachwissen in der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre.

Die generelle Bereitschaft, Vorlesungen auch in englischer Sprache anzubieten, wird vorausgesetzt. Für die jeweilige Professur wird ein überdurchschnittliches Engagement in Lehre und angewandter Forschung sowie beim Wissenstransfer in die Wirtschaft im jeweiligen Fachgebiet erwartet.

Die Einstellungsvoraussetzungen sowie weitere Informationen finden Sie unter: www.hdbw-hochschule.de“⁵⁴

Moguća je i gradacija uvjeta prema važnosti, pri čemu se razlikuju obavezni (*Wir erwarten*) i poželjni (*Wünschenswert sind*)⁵⁵.

U hrvatskome su korpusu zahtjevi kojima kandidati moraju udovoljiti u natječajima iz *Večernjeg lista* beziznimno označeni izrazom *uvjeti*, izdvojeni (i grafički istaknuti) kao podnaslov ili u posebnome, nenaslovljenome odlomku⁵⁶, a u jednom dijelu natječaja se na njih referira rečenicom u kojoj se upućuje na neki drugi tekst kao izvor informacija:

„Uvjeti za izbor i popis dokumentacije koju je potrebno poslati nalaze se na web stranici Veleučilišta: www.tvz.hr.“⁵⁷

Takoder, ako postoji više radnih mjesta koja se oglašava unutar jednoga teksta natječaja, uvjeti za svako od njih mogu biti navedeni u posebnim odlomcima⁵⁸.

⁵⁴ <http://www.phg-nuertingen.de/kontakt-infos/stellenangebote/>, pristupljeno 15.1.2014.

⁵⁵ http://jobs.zeit.de/jobs/frankfurt_am_main_psychologische_n_psychotherapeuten_in_95264.html, pristupljeno 15.12.2013.

⁵⁶ Neki su natječaji strukturirani kao slijed numeriranih točaka, koje odgovaraju pojedinim elementima strukture natječaja, a numeracija slijedi nakon sintagme *X raspisuje natječaj za Y* (vidi *Večernji list*, 11.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17937, str. 51.).

⁵⁷ Vidi *Večernji list*, 11.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17937, str. 51.

⁵⁸ Vidi *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936, str. 53.

Sadržajno se uvjeti i u hrvatskim natjecajima dijele na uvjete vezane uz struku i one koji se tiču osobnoga profila kandidata, pri čemu su potonji znatno manje zastupljeni. U svim se natjecajima objavljenim u *Večernjem listu* traži odgovarajuća školska sprema i u većini tekstova se navodi potrebno iskustvo rada u određenome području djelovanja. Ovisno o radnome mjestu koje se oglašava pojavljuju se i specifični uvjeti: *odobrenje za samostalan rad, aktivno znanje jednog stranog jezika, poznavanje rada na računalu, iskustvo iz područja biologije mora i molekularne biologije*.

Jezično su oblikovani kao imeničke konstrukcije, sintagma *da* + glagol u prezentu ili perfektu (npr. *da ima najmanje pet godina radnog iskustva u struci, da je izradio/la, vodio/la ili koordinirao/la projekt*) ili kao rečenica s glagolima *tražiti* ili *očekivati*:

„Tražimo kandidata sa najmanje 4 godine iskustva u internacionalnoj kuhinji, poznavanjem najmanje engleskog jezika, MS Office paketa i motivacijom za rad u hotelu visoke kategorije.“⁵⁹

Natjecaji koji se raspisuju preko *online* servisa automatski nude emitentu elemente strukture natjecaja. Uvjeti i očekivanja od recipijenta ne razdvajaju se (kao što je slučaj i u većini njemačkih natjecaja) i naprosto nabrajaju po unaprijed ponuđenoj shemi, pa ni ne postoji poseban segment označen kao *uvjeti*, pojedine se informacije ponavljaju, a ubacuju se i još neki elementi, npr. upute o načinu prijave.

„O zaposleniku

Znanja i kvalifikacije: SSS/VŠS/VSS kuharskog/ekonomskog smjera. Minimalno 3 godine radnog iskustva kao voditelj kuhinje, ozbiljnost, komunikativnost, urednost, predanost poslu, energija, odgovornost. Tražimo osobu za višegodišnji angažman, s namjerom dugoročne suradnje.

Molimo prijavite se Brzom prijavom.

Minimalna stručna sprema: Srednja škola

Strani jezik: engleski, prednost još jedan strani jezik

Vozačka dozvola:B

Poznavanje rada na računalu: dobro

Potrebno radno iskustvo: tri godine⁶⁰

Segment strukture označen kao *pogodnosti* u njemačkim se natjecajima javlja često, a u hrvatskome korpusu je iznimka. U okviru ovoga dijela teksta emitent obećaje recipijentu određene povoljne uvjete i to se obećanje može shvatiti kao preuzimanje obveza poslodavca kao

⁵⁹ <http://www.posao.hr>, pristupljeno 3.3.2014.

⁶⁰ <http://www.posao.hr>, pristupljeno 1.3.2014.

emitenta. Budući da je čitav tekst natječaja ponuda (radnog mjesta), radi se o svojevrsnoj „ponudi unutar ponude“, kojoj je cilj stvaranje privida ravnopravnosti između komunikacijskih partnera, što je strategija podilaženja recipijentu. Tome u prilog govori i pozicija ovoga strukturnoga segmenta u tekstu natječaja, jer on se pojavljuje nakon nabiranja uvjeta i zahtjeva upućenih recipijentima. Drugim riječima, nakon što se nešto „traži“, naglašava se da se nešto i „daje“ (usp. Ivanetić 2003: 210 – 211). Ono što poslodavac najčešće nudi (osim radnog mjesta) jest zaposlenje na neodređeni rok, mogućnost smještaja, fleksibilno radno vrijeme, stimulativna plaća s bonusima, mogućnost napredovanja i stručnog usavršavanja, rad na projektima i povoljna radna atmosfera. U tekstu se pogodnosti često navode podnaslovljene s *Wir bieten (Ihnen)* i nabrajaju u natuknicama u obliku imeničkih konstrukcija:

„Wir bieten:

- unbefristetes Arbeitsverhältnis bei entsprechender Eignung
- leistungsgerechte Vergütung nach dem Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst in EG 9 TVöD bzw. Besoldung A9.
- Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung“⁶¹.

Druga mogućnost je opis pogodnosti u izjavnim rečenicama:

„Es erwartet Sie ein junges und aufgeschlossenes Team. Alle angebotenen Stellen sind unbefristet und werden nach TVöD vergütet, Ihre Berufserfahrung wird mit der entsprechenden Einstellungsstufe berücksichtigt, ferner sind alle Stellenangebote auch in Teilzeit (ab 20 Wochenstunden) möglich. Wir bieten Unterstützung bei der Wohnraumsuche in München.“⁶²

Može se zamisliti da bi u idealnoj situaciji na slobodnome tržištu, gdje postoji nadmetanje između poslodavaca za potencijane kandidate, bilo svishodno navesti što više pogodnosti, kako bi se recipijent odlučio upravo za određenog poslodavca. Međutim, u situaciji kada u društvu vlada velika nezaposlenost, a opširniji natječaj za poslodavca znači veći trošak, može se razumijeti izostanak ovoga strukturnog segmenta⁶³, kao i odabir manjega formata i skromnija grafička rješenja. U hrvatskome je korpusu opisivanje pogodnosti rjeđe nego u njemačkome, a kada se i pojavi u tekstu, manje je elaborirano. Promatrajući ovaj element, primjetna je razlika između natječaja u državnom i javnom te onima u privatnom sektoru. Tekstovi objavljeni u *Večernjem listu* ne spominju taj aspekt. U nekima je tek implicitno naznačen širim opisom radnog

⁶¹ <http://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/stellenmarkt/stellenmarkt.html>, pristupljeno 10.12.2013.

⁶² http://jobs.zeit.de/jobs/muenchen_sozialpaedagogen_m_w_und_erzieher_m_w_96109.html, pristupljeno 27.12.2013.

⁶³ Struktura se natječaja u tom smislu može (realizacijom ili izostankom pojedinih elemenata) svakako tumačiti širom socioekonomskom situacijom.

mjesta, uz dodavanje oznake „*stalni radni odnos*“ ili „*radni odnos na neodređeno vrijeme*“.⁶⁴ Natječaji objavljeni na specijaliziranim servisima nude emitentu već gotov obrazac natječaja koji sadrži element pogodnosti, pa se on u njima ponekad i ostvari:

„Odabranom kandidatu ponudit ćemo priliku za usavršavanje, stimulativna primanja i odlično radno okruženje dobro poznate multinacionalne kompanije.“⁶⁵

„**Posebne pogodnosti:**

Stimulativna primanja, ugodna radna atmosfera, mogućnost dodatne edukacije i treninzi.“⁶⁶

Strukturni dio kojim tekst natječaja završava direktivne je prirode, a odnosi se na konkretne upute o načinu *prijave* na natječaj. U njemačkim je natječajima ovaj segment naslovljen s *Bewerbung* ili izdvojen u novi odlomak, pa opisan jednom ili više rečenica, ovisno o količini informacija koju sadrži. Upute za prijavu sadržajno najčešće obuhvaćaju rok prijave (*Bewerbungsfrist/Bewerbungsschluß / bis (spätestens) x*), izvore preko kojih recipijenti mogu dobiti dodatne informacije (*Fragen zu dieser Ausschreibung beantwortet gerne x / Weitere Einzelheiten finden Sie / Für nähere Auskünfte steht Ihnen x gerne zur Verfügung*), dokumentaciju koju je potrebno priložiti⁶⁷ te adresu i/ili e-adresu na koju je potrebno dostaviti materijale. Može se pojaviti i šifra pod kojom se molbe šalju (*unter Angabe der Kennziffer x an ...*), informacija o objavi rezultata natječaja ili posebne upute koje se odnose na određenu skupinu potencijalnih recipijenata, kao i izražavanje radosti zbog odaziva kandidata (vidi podcrtanu rečenicu, koja se redovito rabi u tu svrhu):

„Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die Sie bitte mit aussagekräftigen Unterlagen auf dem Postweg unter Angabe der Kennziffer bis zum 16.01.2014 an unten stehende Adresse richten. Bitte reichen Sie zunächst nur Kopien Ihrer Bewerbungsunterlagen ein, da die Unterlagen nach Abschluss des Verfahrens vernichtet werden. Eine Rücksendung kann nur durch Beifügen eines ausreichend frankierten Rückumschlags erfolgen. Auf elektronischem Wege übermittelte Bewerbungen können nur in Ausnahmefällen (z.B. Auslandsaufenthalt) berücksichtigt werden.“⁶⁸

Za odazivanje na natječaj u hrvatskome korpusu najčešće se koristi izraz *prijave*, a pojavljuju se i *zamolbe* i *ponude* u kombinaciji s glagolima *dostaviti*, *predati*, *podnijeti* i *slati* u

⁶⁴ To se, vjerojatno, *per se* smatra pogodnošću u kontekstu loše gospodarske situacije (op.a.).

⁶⁵ <http://www.posao.hr>, pristupljeno 3.3.2014.

⁶⁶ <http://www.posao.hr>, pristupljeno 1.3.2014.

⁶⁷ Zanimljiva je činjenica da se dokumentacija u pravilu ne nabraja. Obuhvaćena je sintagmama *Ihre vollständige Bewerbung/Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen*. Podrazumijeva se, dakle, da se šalju dokumenti koji potvrđuju da kandidat udovoljava uvjetima navedenim u opisu recipijenta. Druga mogućnost je upućivanje na dodatne izvore informacija (npr. *Die Einstellungsvoraussetzungen sowie weitere Informationen finden Sie unter ...*).

⁶⁸ http://jobs.zeit.de/stellenmarkt/professur_39826.html, pristupljeno 13.12.2013.

infinitivu ili pasivu. Za razliku od njemačkih natječaja, recipijentima se ne obraća izravno. Rok za odaziv na natječaj navodi se u svim tekstovima, kao i adresa na koju se kandidati prijavljuju, a popis dokumentacije koju je potrebno dostaviti vrlo je detaljan. On uključuje dokaze kojima recipijent potvrđuje da ispunjava uvjete natječaja (diplome, potvrde/uvjerenja o završetku studija / položenome stručnome ispitu / znanju jezika i sl.), ali i za hrvatske natječaje specifične dokumente, koji su u vezi sa zakonskom regulacijom natječaja (npr. dokaze o državljanstvu, potvrdu o nekažnjavanju, rodni list, potvrda o sudjelovanju u Domovinskom ratu). Ponekad je upravo popis priloga najopsežniji dio natječaja, pogotovo ako se oglašava više radnih mjesta, jer svako od njih zahtijeva specifične dokaze.⁶⁹ Još je jedna posebnost hrvatskih natječaja naglašavanje činjenice da se nepotpune i nepravovremene prijave neće razmatrati. Natječaj završava rokom za prijavu, adresom na koju se prijavljuje, napomenom o nepotpunim prijavama, informacijom o rezultatima ili imenom emitenta (bilo tvrtke ili institucije, bilo privatne osobe kao predstavnika tvrtke).

Njemački i hrvatski natječaji pokazuju sličnu globalnu strukturu, ali analiza ukazuje na drugačiju realizaciju pojedinih elemenata, što se može objasniti prvenstveno čimbenicima izvanjezičnoga konteksta.

⁶⁹ Vidi *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936, str. 53.

3.4. Posljednji pozdrav

U civiliziranome društvu postoje događaji u životu pojedinca koji su neizbježno dijelom socijalne interakcije i popraćeni su specifičnim, kulturno uvjetovanim ritualima. Jedan od takvih događaja jest smrt. U okvirima rituala opraštanja od pokojnika producira se više tekstnih vrsta. Neke od njih (npr. usmena sućut ili pismo sućuti) ostaju u privatnoj domeni, ali mnoge se produciraju i javno, pri čemu su još uvijek dominantan medij dnevne novine. Uz obavijest o smrti, koja se ubraja u informativne tekstove⁷⁰, pojavljuju se ekspresivne tekstne vrste (Ivanetić 2003: 84), među njima i posljednji pozdrav, kao javno opraštanje od pokojnika. Posljednje pozdrave najčešće upućuju članovi uže obitelji (ujedno i emitenti osmrtnica), rodbina, prijatelji, poznanici ili suradnici.

Govoreći o promjeni konvencija i modifikaciji rituala opraštanja u njemačkim novinama, Angelika Linke situaciju u kojoj emitenti ekspresivnim tekstovima privatne osjećaje podastiru javnosti smatra „paradoksalnom“, kao i činjenicu da za te tekstove postoji širok krug recipijenata (usp. Linke, u Fix et al. 2007: 219). Međutim, kao što će primjeri pokazati, te su emocije artikulirane na prilično konvencionalan način, izraz je prikladan i kulturno-specifično normiran. Hrvatski korpus u ovome radu čine posljednji pozdravi objavljeni u *Večernjem listu* od 8. do 12. prosinca 2013. Njemački su tekstovi prikupljeni s interneta tijekom siječnja i lipnja 2014., a objavljeni su na specijaliziranome servisu koji nudi korpus iz velikoga broja dnevnih novina u Njemačkoj⁷¹. U svrhu bolje preglednosti i upućenosti u kontekst u kojem se pojavljuje posljednji pozdrav u Prilogu 6 predstavljeni su zajedno s još nekim vrstama tekstova koji se objavljuju istovremeno i tematski su povezani. S obzirom na to da hrvatski primjeri nose oznaku tekstne vrste koja se rabi u ovome radu, njihova će analiza prethoditi onoj njemačkih.

Kontekstni indikator funkcije posljednjeg pozdrava u smislu opraštanja od pokojnika jest poseban odjeljak novina u kojem se pojavljuje zajedno s drugim tipovima tekstova posvećenih umrlima, koji može biti i prigodno naslovljen (npr. *In memoriam* u *Večernjem listu*). U hrvatskome korpusu posljednji se pozdrav uz to naslovljuje i time označava kao tekstna vrsta.

⁷⁰ Valja napomenuti da tekst osmrtnice sadrži i ekspresivne elemente, što je posebno zanimljivo promatrati u dijakronijskom kontekstu (usp. Linke, u Fix et al. 2007: 195 – 223).

⁷¹ www.trauer.de, posljednji put pristupljeno 29.6.2014.

Standardna struktura posljednjega pozdrava u hrvatskome korpusu uključuje oznaku komunikacijske svrhe (*Posljednji pozdrav*), ime pokojnika i oznaku emitenta/emitenata. Uz ime pokojnika u svim primjerima dolazi i oznaka odnosa s emitentom/ima, često u kombinaciji s nekim epitetom (*voljenom suprugu i ocu / našem dragom stricu i gospodinu / mojoj majci / dragom kumu / dugogodišnjem djelatniku, kolegi i hrvatskom branitelju / dragoj prijateljici*). Navodi se samo osobno ime, ime i prezime, ime i prezime u kombinaciji s nadimkom ili samo nadimak pokojnika. Budući da se nadovezuje na uvodnu/naslovnu sintagmu *Posljednji pozdrav*, imenovanje pokojnika je u dativu. Samo je u jednome primjeru zabilježeno odstupanje od takvoga jezičnog oblikovanja:

„*Posljednji pozdrav*

U srijedu, 4.XII.2013. napustio me moj voljeni suprug, gospodin Vladimir Budić

Slatko spavaj. Voli te tvoja Hanica“⁷²

Emitent se „potpisuje“ imenom i oznakom odnosa, ako ista nije navedena uz ime pokojnika (*x / tvoj(i) x / ožalošćeni x / x s obitelji*) ili nekom vrstom grupne oznake, što se najčešće pojavljuje kada je emitent skupina kojoj je pokojnik pripadao, npr. tvrtka u kojoj je radio, društvo kojem je bio članom i slično (*Kolektiv Dječjeg vrtića „Bajka“ / Prijatelji iz razreda IV.d/ Djelatnici Regionalnog ureda Zagreb Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje*). U dvama se primjerima emitent teksta imenuje rečenicom *Voli te x*.

Osim navedenih elemenata posljednji pozdravi često sadrže i individualnu poruku pokojniku, citat ili stih.

„...najvoljenijoj i nadivnijoj baki na svijetu, hvala ti za svaki trenutak proživljen s tobom, za neizmjernu ljubav koju si nam pružila. Bako, sada dišeš i živiš u nama, ti si naše srce.“⁷³

„Ako živimo u srcima onih koje smo ostavili, nismo umrli. (Thomas Campbell)“⁷⁴

„Odielio nas je život ovaj,
ali nas spaja život vječni.“⁷⁵

⁷² *Večernji list*, 9.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17935, str. 41

⁷³ *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936, str. 49

⁷⁴ *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936, str. 49

⁷⁵ *Večernji list*, 11.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17937, str. 47

Uz to, kao fakultativni elementi u posljednjem se pozdravu mogu pojaviti i fotografija umrloga te završna formula u kojoj se nerijetko dodaje religiozni aspekt (*Počivao u miru Božjem / Neka te čuvaju nebeski anđeli*).

U njemačkim se novinama posljednji pozdrav ne pojavljuje s oznakom tekstne vrste. Zato se njegova diferencijacija od ostalih, tematski i sadržajno sličnih tekstova, temelji na realizaciji ili odsutstvu pojedinih elemenata. Tako je za posljednji podrav tipično stavljanje osjećaja ožalošćenih emitenata u prvi plan ili izravno obraćanje pokojniku. Samo je jedan posljednji pozdrav u korpusu referirao na preminulu osobu u trećem licu:

„Wir trauern um unsere langjährige Kollegin

Sigrid Wolf

* 23. Juli 1940 † 20. November 2013

Ihre Liebenswürdigkeit und Ihren Humor werden wir sehr vermissen.

Piper Verlag München“⁷⁶.

Osim toga, indikativan je izostanak informacija koje se obično pojavljuju o osmrtnicama, poput uputa vezanih uz ritual pogreba (najčešće vrijeme i mjesto) ili informacija o okolnostima smrti (npr. duga / kratka i teška bolest, iznenadna smrt). S obzirom na to da se posljednji pozdrav prema stereotipnom odvijanju radnji upućuje odmah nakon smrti pokojnika, često je datum naznačen u tekstu signal kojim ga se može razlikovati od *sjećanja* budući da sadržajem može veoma nalikovati toj tekstnoj vrsti (vidi Priloge 6.12 – 6.15.). Važno je ukazati i na činjenicu da pozdrav u njemačkim novinama ne dolazi često u kombinaciji s osmrtnicom istih emitenata, kao što je to slučaj u hrvatskome korpusu. Uobičajenije je da emitenti osmrtnice (u većini slučajeva uža obitelj) produciraju nešto opsežniji jedinstveni tekst⁷⁷, koji s jedne strane obaviještava o smrti, a s druge izražava žalost emitenata, odnosno, bifunkcionalan je. Uz takav se tekst emitenati osmrtnice eventualno obraćaju određenom dijelu recipijenata *zahvalom* (Prilozi 6.1., 6.3. i 6.8.). Tekstovi u kojima se kao emitent navodi tvrtka u kojoj je pokojnik djelovao obično se formuliraju kao *nekrolozi*⁷⁸ (Prilozi 6.4 – 6.7 i 6.16). Time se krug producenata posljednjeg pozdrava pretežito svodi na rodbinu, kolege i prijatelje.

⁷⁶ *Süddeutsche Zeitung*, Samstag/Sonntag, 30. November/1. Dezember 2013, Nr. 277, S. 34

⁷⁷ U korpusu je zabilježen samo jedan tekst koji ima informativne elemente osmrtnice i posljednjeg pozdrava, a označen je kao posljednji pozdrav (u *Večernjem listu* od 10. prosinca).

⁷⁸ O strukturi novinskih nekrologa usp. Ivanetić 2003: 107 – 111.

Tekst posljednjega pozdrava u njemačkome korpusu obično započinje izražavanjem komunikacijske svrhe, žalosnog opraštanja (*Wir trauern um... / Wir nehmen Abschied von...*), koje je u nekim primjerima „pojačano“ izrazima dubine tuge (*in tiefer Betroffenheit/zutiefst*). Zabilježeno je i uvođenje teksta prigodnim citatom, izravnim pozdravom pokojniku (*Servus*) i formula kojom se uvodi pismo (*Liebe Oma Gutschen!*). Nakon uvodne formule definira se odnos emitenta i pokojnika (*...um unseren ehemaligen Mitarbeiter / unsere langjährige Kollegin / unseren Jugendlichen*).

Ime se pokojnika grafički naglašava veličinom i oblikovanjem znakova, a pojavljuje se najčešće kao puno ime i prezime, ponekad popraćeno oznakom obraćanja *Frau* ili *Herr*. Samo osobno ime pokojnika rjeđe se pojavljuje, a u korpusu nije zabilježeno ni oslovljavanje nadimkom. Na ovome se mjestu može pojaviti i zanimanje pokojnika (npr. *Pfarrer* u Prilogu 6.20.) ili djevojačko prezime pokojnice (npr. *geb. Spanier* u Prilogu 6.23.).

Središnji dio teksta obično čini obraćanje pokojniku porukom. Najčešće emitenti stavljaju svoju tugu za preminulim u prvi plan, iskazuju mu zahvalnost ili obećaju da neće biti zaboravljen (*Wir vermissen dich / Danke für alles / In unseren Herzen stirbst du nie*). Zabilježen je i drugačiji poredak strukturnih elemenata, u kojemu tekst započinje obraćanjem pokojniku porukom, nakon čega slijede imenovanje pokojnika i emitenata (vidi Prilog 6.23.). Kao atipične posljednje pozdrave unutar istraživanoga korpusa možemo okarakterizirati prilično sažet (ali i individualiziran) pozdrav u Prilogu 6.9. te onaj u formi pisma.

„ **Servus Gerhard**
Deine Stammtischbrüder
Winnie, Horst H., Horst P., Hans, Lothar,
Oskar, Karl, Manfred E., Manfred H. “

„ **Liebe Oma Gutschen!**
Wir fragen – Warum !
Doch der Himmel schweigt und bleibt stumm.
Nun musstest du gehen,
wir können es nicht fassen, nicht verstehen.
Im Haus ist es still und leer.
So wie es war, wird es nicht mehr.
Dein Bild im Kopf wird bleiben,
der Klang deiner Stimme lässt sich nicht vertreiben.
Dein Lachen, deine Liebe, deine helfenden Hände
und noch so viel mehr, wir vermissen dich so sehr.
In Liebe
Julian und Adrian
Röhrenfurth, im Dezember 2013“ (Prilog 6.21.)

Posljednji pozdrav završava oznakom emitenata koje se navodi najčešće osobnim imenom, zatim imenom i prezimenom ili se više emitenata naznačuje grupnom oznakom (Prilozi 6.14. i 6. 15.). Također, moguće je da jedan emitent nastupa u ime više ožalošćenih članova neke skupine, kao u posljednjem pozdravu u Prilogu 6.20. Ako ranije u tekstu nije naznačen odnos prema pokojniku, emitent ga može navesti uz svoje ime (*Deine Frau / Deine Stammtischbrüder*). Također, prije imenovanja emitenta pojavljuju se oznake emocionalnog stanja u kojemu se nalazi (*In Liebe / In stiller Trauer*).

Komunikacijska svrha, imenovanje pokojnika i emitenta obvezni su dijelovi strukture posljednjega pozdrava i u hrvatskome i u njemačkome korpusu. Njemački tekstovi pokazuju nešto manju unificiranost u strukturi, možda i zato što se tekstna vrsta ne određuje u samom tekstu, kao što je to slučaj u *Večernjem listu*, čime se emitentima ograničava mogućnost improvizacije. Budući da tekstne vrste koje su uključene u ritual opraštanja od pokojnika obilježava visok stupanj referencijalne intertekstualnosti, posljednje se pozdrave mora analizirati uzimajući u obzir srodne tekstove koji se pojavljuju paralelno i tvore diskurzivnu mrežu iniciranu obaviješću o smrti (usp. Ivanetić 2003: 83 – 85). To se pokazalo posebno važnim u njemačkome korpusu, jer je činilo osnovu identifikacije posljednjeg pozdrava. U sadržajnom su smislu tekstovi posljednjeg pozdrava u dvama korpusima vrlo slični. Analiza korpusa ukazala je prvenstveno na razliku u njemačkoj komunikacijskoj praksi u odnosu na hrvatsku koja se odnosi na emitente osmrtnica, koji nemaju običaj uz osmrtnicu objavljivati posljednji pozdrav, nego se elementi obiju vrsta često stapaju u jedinstveni tekst (vidi npr. Priloge 6.18. i 6.23.).

3.5. Vic

Vic je tekstna vrsta koja se ubraja u podskup asertiva s osnovnom funkcijom *animirati*, a tu funkciju dijeli s anegdotom, devizom, geslom, grafitom, izrekom, krilaticom, lozinkom, maksimom, parolom, poslovicom, sloganom i šalom (Ivanetić 2003: 71). Često je bio predmetom književnoteorijskih analiza, koje su ga uvrštavale u jednostavne literarne oblike. U ovome će radu naglasak ipak biti na parametrima tekstne lingvistike.⁷⁹ Ova je tekstna vrsta oduvijek prisutna u komunikacijskoj praksi, „nema doba, a zacijelo ni predjela u kojemu se vic ne bi dao pronaći, u bitku i u svijesti, u životu i u književnosti“ (Jolles 2000: 230), a profilira se iz jezika samog, „bez udjela ikojeg pjesnika“ (ibid. 14).

Već se iz rječničkih definicija vica koje su u hrvatskome i njemačkome jeziku gotovo identične razaznaju opća obilježja tekstne vrste: kratkoća, neočekivani obrat i komični efekt kojim on rezultira. Vic prezentira stvarnost (asertivna funkcija), a zatim ju na neki način modificira ili izokrene, čime se pomoću jezika stvara nesklad koji djeluje humoristično, odnosno – animira. Drugim riječima, nesklad se svijeta i njegova prikaza kao humorna bit ostvaruje na planu izraza (igra riječima), a zatim i na planu sadržaja (usp. Užarević 2005, prema Dimitrijević, u Petrović 2012: 145).

Potencijalni su emitenti i recipijenti vica svi sudionici komunikacije, bez obzira na uzrast, narodnu, vjersku ili socijalnu pripadnost. Vicevi se najčešće prenose usmenim putem (ili pisanim, s tendencijom stvaranja lanca usmenog prenošenja) kada emitent ima ulogu pripovjedača, a recipijent sluša. Zanimljivo je da se u ovoj tekstnoj vrsti ista komunikacijska namjera – animiranje – ostvaruje i činom produkcije i činom recepcije. Pritom je važan element prepoznavanje vica, odnosno, suglasnost sudionika komunikacije o onome što je vic, kako recepcija ne bi bila neuspješna (usp. Dimitrijević, u Petrović 2012: 145). Domena komunikacije vicevima može biti privatna (pričavanje ili čitanje vica članovima obitelji, prijateljima, poznanicima, kolegama, slanje šaljivog SMS-a i sl.) ili javna (portali, blogovi, forumi s vicevima, vicevi na radiju ili televiziji, novine, časopisi itd.), a mjesto i vrijeme određuju opća načela komunikacije specifična za pojedinu kulturu. Iako je vic sveprisutna vrsta i pribavljanje korpusa ne predstavlja problem, u kontekstu se ovoga rada i ukazivanja na primjenu tekstova u nastavi

⁷⁹ Pri određenju vica kao književnog ili uporabnog teksta bilo bi vrlo zanimljivo provesti istraživanje o tome kako sudionici komunikacije, kao kreatori komunikacijske stvarnosti, percipiraju tu tekstnu vrstu.

vodilo računa o prikladnosti sadržaja. Korpus čine vicevi prikupljeni na različitim internetskim stranicama i tri primjera iz školskih udžbenika (kao okvirni uvid u tematsku usmjerenost primjerenu za školski uzrast).

Struktura vica obično je trodijelna (usp. Solar 2004: 283). Uvodni dio najčešće uključuje sažeti opis situacije, što je posebno važno ako je ta situacija vrlo neuobičajena, jer se recipijentu omogućuje aktivacija znanja o konceptima i stereotipnom odvijanju radnji i prilagodba na opisanu situaciju. Također, identifikacija tekstne vrste u ovoj fazi potiče anticipaciju i razvija se očekivanje humorističnog. Ako je vic strukturiran dijaloški, na početku se može pojaviti i pitanje, a humorna će se bit realizirati u neočekivanome odgovoru. Drugi dio strukture može biti dodatna eksplikacija postavljene situacije, modificirano ponavljanje nekih elemenata iz prvoga dijela, a može se ostvariti i u obliku jednostavne stanke. Za uspješnu je recepciju drugi dio strukture bitan, jer recipijentu daje mogućnost da konstruiranu situaciju prihvati ili da korigira svoja očekivanja. Treći i završni segment strukture vica je poanta, koja donosi neočekivano razrješenje vica (obrat), a obično je kratka, eksplozivna i efektna. Naslov se u vicu pojavljuje uglavnom kada se radi o pisanim tekstovima. U njemačkome su korpusu svi vicevi naslovljeni, a u hrvatskome samo dva vica u udžbenicima. Naslovi najavljuju sadržaj, pa mogu poslužiti za identifikaciju vica (ako je recipijentu već poznat) ili selekciju (ako recipijent percipira neke teme kao humoristične, a druge ne). U formalnome smislu naslovi su najčešće imenice, imeničke konstrukcije i priložne oznake.

U *sadržajnome smislu* vicevi se mogu baviti gotovo svim područjima ljudskoga života, u njima se može ismijavati sve, čak i osjetljive ili tabuizirane sadržaje. Međutim, u kontekstu nastave jezika mora se voditi računa o prikladnosti i imati u vidu ciljeve integriranja ove tekstne vrste u nastavni proces. Zato se osobito prikladnima čine vicevi u kojima se komični efekt ostvaruje prvenstveno na planu izraza. Vicevi koji tematiziraju različite stereotipe i predrasude također mogu biti korisni, jer nastava ima i odgojnu funkciju, u okvirima koje je rad na širenju horizonata i oslobađanju od predrasuda samorazumljiv. U njemačkome se korpusu ismijavaju pravne institucije, politika, ljudska glupost, odnosi šefova i zaposlenika, učenika i profesora, svijet obrtnika, radnika, svakodnevnih životnih situacija. U hrvatskome su pak temom plavuše, predrasude o Crnogorcima, Dalmatincima, Zagorcima, Bosancima, školske dogodovštine učenika (uglavnom Ivice i Perice), komično prikazane poteškoće u ovladavanju školskim gradivom. Posebno su zanimljive aktualne teme recesije i nezaposlenosti te virtualnog socijalnog života.

- „ - Došao muškarac na razgovor za posao i pita ga šef: 'Kakvo iskustvo imate?'
 'Pet godine razgovora za posao.'
 - Pita profesor studenta na jednom hrvatskom fakultetu: 'Gdje se vidite nakon što završite fakultet?'
 Student: 'Na burzi.'
 - Pričaju dvojica prijatelja: 'Jesi li čuo da postoji život izvan interneta?'
 'Ozbiljno? Daj link!'"⁸⁰

Iako se u pravilu pretpostavlja da vic mora biti kratak da bi bio uspješan (kratkoća se navodi i u definicijama vica)⁸¹, postoje i nešto opsežniji primjeri. U njima se tema razvija narativno, a odgoda razrješenja zapravo doprinosi komičnosti.

Već je ukazano na činjenicu da u nastavi jezika posebno koristan može biti rad s vicevima u kojima se različitim *jezičnim rješenjima* ostvaruje komični efekt. Njemački korpus sadrži mnogo primjera u kojima se humor gradi na miješanju značenja fonološki sličnih leksema ili na višeznačnosti riječi, a tematiziraju se i strane riječi i funkcionalna raslojenost jezika. U sljedećim su primjerima podcrtana ključna mjesta na kojima se na planu izraza ostvaruje humorna bit.

„Im Wachsfigurenkabinett

Wundert sich ein Besucher im Wachsfigurenkabinett: "Das sollen Wachsfiguren sein? Seit meinem letzten Besuch sind die aber kein Stück gewachsen!"

Deutsch lernen

*Der Deutschlehrer fragt Bini: "Was ist das für ein Fall, wenn du sagst: Das Lernen macht mir Freude?"
 Bini überlegt nicht lange: "Ein seltener, Herr Lehrer."*

Im Restaurant:

Ober: "Wie fanden Sie das Filetsteak, mein Herr?" Gast: "Ganz zufällig, als ich das Gemüse beiseite schob."

Auf dem Bauernhof

Ein Amerikaner auf dem Bauernhof. Amerikaner: "Hello Mister!" Bauer: "Ich bin nicht der Mister, ich bin der Melker."

Fahnen

*Frage: Warum trinkt der Russe Wodka, der Schotte Whisky, der Italiener Wein und der Deutsche Bier?
 Antwort: Damit man die einzelnen Völker an der Fahne erkennen kann!"⁸²*

⁸⁰ http://www.tportal.hr/funbox/funtime/1540/Vic_dana.html, pristupljeno 20.4.2014.

⁸¹ Usmenim se prenošenjem mogu dodati pojedini elementi, pod uvjetom da ne „razvodne“ vic i ne naruše strukturu koja vodi ka humorističnom raspletu.

⁸² <http://www.deutsch-lernen.com/witze.php>, pristupljeno 24.11.2013.

Hrvatski korpus viceva donosi primjere s miješanjem različitih značenja istoga leksema, neočekivane uporabe stilskih sredstva i stereotipne viceve koji mogu biti polaznim tekstovima u obradi prostorne raslojenosti jezika.

„Zašto plavuša ne priprema kolače preko ljeta? Nema snijega da ga istuče.“ (Čubrić 2011: 132)

„Zašto je plavuša stavila računalu na pod?

Da joj ne padne sustav.“⁸³

„Učiteljica: - "Kupujem, kupuješ, kupuje, kupujemo, kupujete, kupuju... Ivica, reci mi koje je to vrijeme!" Ivica: - "Vrijeme rasprodaje!"“⁸⁴

„Kako pas laje kad se napije deterdženta?

Arf, arf, arf...“⁸⁵

„Dalmatinci

Sjede dva Dalmatinca pod smokvinim drvetom. Na to će prvi: "Ajme, ča san gladan."

A drugi će: "Vidi ča lipe smokve vise."

"Kad bi bar koja pala u usta", kaže prvi.

Odgovori mu drugi: "Ne budi lud, a ko bi je sažvaka."“ (Rosandić 2009: 220)

Vic i u svojoj kratkoći mora biti kohezivan, što se ostvaruje pronominalizacijom, supstitucijom, rekurencijom i elipsom. U tekstovima se pojavljuju sve vrste rečenica prema sadržaju, a prema sastavu su jednostavne i nezavisnosložene nešto učestalije od zavisnosloženih. Uporaba glagolskih vremena i načina također je neujednačena, a može se pojaviti i otklon od standardnoga poretka rečeničnih dijelova.

⁸³ http://www.tportal.hr/funbox/funtime/1540/Vic_dana.html, pristupljeno 20.4.2014.

⁸⁴ <http://www.modersmal.net/kroatiska/index.php/nyheter/222-kolski-vicevi>, pristupljeno 25.5.2014.

⁸⁵ http://www.tportal.hr/funbox/funtime/1540/Vic_dana.html, pristupljeno 20.4.2014.

3.6. Horoskop

Definicije horoskopa u hrvatskome i njemačkome jeziku odnose se u prvome značenju na grafički prikaz konstelacije planeta u određenome trenutku. S obzirom na to da je predmet analize u ovome radu tekst horoskopa, relevantna je definicija riječi u drugome značenju, koja određuje horoskop kao predviđanje budućih događaja zasnovano na grafičkome prikazu položaja nebeskih tijela (usp. Anić 2003: 414; Duden – Deutsches Universalwörterbuch 2006).

Korpus horoskopa preuzet je s različitih internetskih stranica, a zatupljeni su dnevni, mjesečni, godišnji i životni horoskopi. U analizi će primjeri iz njemačkoga korpusa prethoditi onima iz hrvatskoga.

Horoskop je vrlo frekventna tekstna vrsta. Emitenti su horoskopa najčešće astrolozi koji tekstem ostvaruju komunikacijsku namjeru informiranja recipijenta o tome što ga unutar određenog vremenskog razdoblja očekuje u životu. Dimenzija vremena ovdje je od posebne važnosti jer se predviđanje odnosi isključivo na određeni vremenski okvir, izvan kojega tekst horoskopa prestaje biti komunikativan. Vremenskim se određenjem horoskopi dijele na dnevne, tjedne, mjesečne, godišnje i životne, a oznake su uvijek navedene u samome tekstu. Recipijent horoskop interpretira ovisno o tome vjeruje li u njegovu istinitost ili ne⁸⁶ – u prvome slučaju kao korisnu informaciju, savjet ili uputu, a u drugome kao razonodu. Horoskopi su dio privatne domene, odnosno, svakodnevnice⁸⁷. Pojavljuju se u brojnim medijima, od novina i časopisa, preko radija i televizije do interneta. U novinama i časopisima smješta ih se među stripove, viceve, križaljke, zagonetke i ostale zabavi namijenjene sadržaje, što govori u prilog tomu da ih većina sudionika komunikacije ipak doživljava kao razbibrigu. Za recipijente koje horoskop zanima i one koji vjeruju u istinitost predviđanja, postoje specijalizirani astrološki časopisi i internetske stranice te posebni prilozi u novinama, na kojima se mogu pronaći i specifične informacije, poput, primjerice, kompatibilnosti pojedinih horoskopskih znakova. Na radiju i televiziji emitiraju se i brojne emisije u kojima astrolozi čitaju horoskope ili ih na temelju podataka o datumu, vremenu i mjestu rođenja recipijenta *ad hoc* izrađuju. Iako je cijena za

⁸⁶ O potencijalnim razlozima različite recepcije horoskopa usp. Častek, u Petrović 2012: 118.

⁸⁷ Steger kao domene navodi svakodnevnice, znanost, književnost, institucije, religiju i tehniku (usp. Ivanetić 2003: 46).

uključenje u takve emisije prilično visoka, čini se da postoji stalna skupina recipijenata koji u predviđanja astrologa u potpunosti vjeruju.⁸⁸

Horoskop se ubraja u podskup asertiva s osnovnom *funkcijom* informirati. Tekst horoskopa sadrži informacije vezane uz određena životna područja i opisuje stanje stvari, a recipijent iskaz uzima na znanje. U horoskopu prevladavaju govorni činovi asertivnoga tipa – u njemu se priopćava, tvrdi, objašnjava, što se u formalnome smislu realizira prevlašću izjavnih rečenica. Sve navedeno u skladu je s opisom informativnih tekstnih vrsta (usp. Ivanetić 2003: 69). Međutim, uzimajući u obzir kontekstualne i ostale tekstualne indikatore, u tekstovima horoskopa razaznaju se još dvije funkcije. Već je spomenuta kontekstna činjenica smještanja horoskopa u određene rubrike (nerijetko naslovljene *Zabava/Zabavnik/Funbox* i slično), čime se implicira da horoskop služi animiranju recipijenata. Osim toga, u tekstu se često pojavljuju savjeti, preporuke i upute, ponekad čak kao zasebni strukturni segmenti, pa horoskopu pripisujemo i direktivnu funkciju. U njemačkome se korpusu ona najčešće signalizira uporabom imperativa, kondicionalnih rečenica i konjunktiva.

„Lassen Sie sich aber zu nichts überreden, sondern hören Sie auf Ihr Bauchgefühl.

2013 ist Ihre schöpferische Kraft außergewöhnlich stark. Kein Wunder, dass Sie im März vor originellen Ideen nur so sprühen. Notieren Sie sich diese gleich, dann können Sie später darauf zurückgreifen.

Deshalb schadet es nicht, wenn Sie sich in besseren Zeiten ein finanzielles Polster zulegen.

Wie wäre es zum Beispiel mit einer Kneippkur?“⁸⁹

U hrvatskim horoskopskim tekstovima direktivna se funkcija ostvaruje imperativima, formulama s glagolima *morati*, *trebati*, *preporučati*, *moći* (ponekad u kombinaciji s kondicionalom prvim glagola *biti*) ili indirektno (npr. pogodbenim rečenicama).

„Nemojte biti previše skromni, nametnite se tamo gdje treba.

Posebnu pozornost trebaju posvetiti zdravlju.

Pripazite da svi poslovi i financijske transakcije budu u skladu sa zakonom.

Morat ćete voditi više računa o svome zdravlju.

Na poslovnom planu možete mnogo toga učiniti, pod uvjetom da ste uporni.

⁸⁸ Ova opaska temelji se na iskustvu komunikacijske prakse u Hrvatskoj, točnije, povremenog gledanja astroloških emisija u kasnim večernjim satima.

⁸⁹ <http://horoskop.t-online.de/jahreshoroskop-2013/fische>, pristupljeno 22.9.2013.

*Nipošto ne biste smjeli zanemarivati poruke koje vam šalje tijelo.*⁹⁰

*„Nakon lipnja, porast poslovnih obaveza iziskivat će više energije, no ako se pokažete dorasli zadacima, očekuje vas nagrada za uloženi trud.”*⁹¹

Ako promatramo horoskop kao cjelovit tekst, *struktura* mu se sastoji od 12 dijelova (usp. Vranešević, u Petrović 2012: 98) jer jedan astrolog najčešće producira horoskop za svih 12 znakova zodijaka. Međutim, recipijenti obično čitaju samo tekst koji se odnosi na njih, eventualno još koji, ako ih zanima, ali gotovo sigurno neće čitati astrološku analizu za sve znakove redom. Zato horoskop za pojedine znakove možemo promatrati i kao zaseban tekst, pogotovo ako se radi o mjesečnom, godišnjem ili životnom horoskopu, koji su opsežniji i čine zaokružene tekstualne cjeline. Tekst horoskopa u pravilu ima tri konstitutivna strukturna elementa, koji se tematski odnose na različita životna područja: ljubav, karijeru i zdravlje (Liebe, Beruf, Gesundheit). Ponekad se te teme mogu dopuniti, pa se kao strukturni elementi pojavljuju *Lust und Liebe, Beruf und Finanzen* i *Gesundheit und Fitness/Freizeit*, odnosno, *Ljubav i veze, Novac i posao* i *Zdravlje i ljepota*. Poredak ovih elemenata može varirati, ali ljubav se u svim tekstovima tematizira prva. Osnovna struktura može biti nadopunjena fakultativnim dijelovima, od kojih se u obama korpusima najčešće pojavljuju ilustrirani simboli zodijačkih znakova i tekstualni segment *Savjet (Tipp)*. U hrvatskome je korpusu zabilježen i element *Sretan dan*, a u njemačkome *Tages-Trend*⁹².

Načini vizualnog dizajniranja teksta ovise o mediju u kojemu se pojavljuje. U korpusu ovoga rada vrsta horoskopa i znak na koji se odnosi najčešće se eksplicitno navode u naslovu (*dnevni/mjesečni / godišnji horoskop za x // Tages-/Monats- / Jahreshoroskop für x*). U njemačkome korpusu našao se i jedan primjer u kojemu se tekstna vrsta ne imenuje izravno: *Was sagen die Sterne heute über Fische?*⁹³ Tri konstitutivna elementa strukture istaknuta su pak u podnaslovima.

Sadržaj horoskopa kao astrološkog predviđanja budućih događaja u životu pojedinca podrazumijava uporabu specifičnoga *leksika*. S jedne strane, u tekstu horoskopa nailazimo na vokabular tipičan za domenu astrologije, kao što su nazivi planeta, oznake njihovih položaja i nazivi za znakove zodijaka. S obzirom na vremensku dimenziju predviđanja, leksik astrologije

⁹⁰ <http://www.24sata.hr/specijal/godisnji-horoskop-2014>, pristupljeno 14.4.2014.

⁹¹ <http://www.tportal.hr/funbox/astrofun/306881/Ribe.html>, pristupljeno 30.12.2013.

⁹² <http://horoskope.bild.de/tageshoroskop/index.php?zodiac1=6&submit=Anzeigen>

⁹³ <http://www.cosmopolitan.de/horoskope/tageshoroskop-.html>

također uključuje više ili manje precizne vremenske oznake, pogotovo kada je riječ o godišnjim horoskopima. U sljedećim će dvama primjerima te leksičke jedinice biti podebljane. S druge se pak strane u trodijelnoj strukturi teksta nameće uporaba leksika iz semantičkih polja specifičnih za svaku pojedinu temu (ljubavni život, profesionalna sfera, zdravlje) koji će u sljedećim primjerima biti podcrtan.

„Liebe

Familiäre Bande stärken

Im Jahr 2013 steht die Familie im Vordergrund. **Fische** in einer Partnerschaft könnten **in den ersten sechs Monaten** den Wunsch nach einer eigenen Familie verspüren. Vielleicht verbringen Väter mehr Zeit mit den Kindern oder Großeltern machen Urlaub mit den Enkelkindern. Jedenfalls möchte **der Fisch** die Kontakte zu seinen Liebsten intensivieren. Es ist aber auch möglich, dass Paare zusammenziehen oder sich ein Haustier anschaffen, die das Zuhause heimeliger wirken lassen. **In der zweiten Jahreshälfte** stehen dann vermehrt Unternehmungen auf dem Plan. **Von Ende Februar bis Ende März** befindet sich die Liebesgöttin Venus im Zeichen Fische. Singles schließen interessante Bekanntschaften und vielleicht ist sogar der Traumpartner mit dabei. Die Zeit **ab Mitte Oktober bis zum Jahresende** wird ebenfalls von der Venus beherrscht. Paare fühlen sich rundum sicher und geborgen. Sie genießen die traute Zweisamkeit. Aber auch Singles haben gute Chancen ihren Wunschgefährten zu finden.

Gesundheit

Viel Tatkraft und Energie

Der Fisch hat ein ausgewogenes Jahr in Bezug auf seine Gesundheit vor sich. **Der Mars** steht zwar dreimal kritisch, aber mit Saturn und Jupiter weiß er starke Beschützer an seiner Seite. **In den Monaten Februar, Mai, August und November** schenkt Mars besonders viel Energie und Tatkraft. Jupiter verleiht ihm glückliche Umstände und ein gesundes Selbstvertrauen. **Der Fisch** reagiert in 2013 ungewohnt empfindlich auf verschiedene Lebensmittel. Auch Allergien könnten in dem Jahr ein Thema werden. Eine ausgewogene und fettarme Ernährung wird helfen. Ebenso sollte er auf Süßigkeiten so weit wie möglich verzichten. Regelmäßige sportliche Aktivitäten stärken die Muskeln und schaffen den nötigen Abstand zum stressigen Alltag.⁹⁴

„**Naklonjeni Jupiter** ove će vam godine omogućiti da unaprijedite ljubavni život i uredite ga prema vlastitim zamislima. To **u siječnju, veljači** ili **travnju** može značiti potpuni preokret u intimnom životu, značajniju vezu s prijateljem ili nekim koga već poznajete. Tajne ljubavne veze ili komplicirani partneri zadavat će vam slatke ljubavne glavobolje **u ožujku**, no kako su **zvijezde** većinom na vašoj strani, sve će proći bezbolno.

Prevrtljivi **srpanj** i **kolovoz** unijet će nemir i trzavice u bračne odnose, pa za ljetovanje s partnerom radije odaberite **rujan**, kada će vas **Venera** opet približiti jedno drugom. Ako ste u vezi ili braku, **prva polovina godine** unijet će vedar duh i sklad u vaše odnose, a nekima će i prinova biti na putu. **U drugoj polovini godine** mnogi među vama mogli bi obnoviti bivšu vezu shvaćajući da i dalje vole partnera. Dat ćete toj vezi novu priliku, pa će ona punim žarom zasjati u posebno sklonom **listopadu i prosincu**.

Na poslovnom planu najviše uspjeha imat ćete **u prvoj polovini 2014. godine**. Dobar Jupiterov utjecaj može biti zaslužan za vaše promaknuće, ali i za obilje dobrih prilika za daljnji poslovni uzlet. **Veljača** je

⁹⁴ <http://www.haus-der-astrologie.de/>, pristupljeno 22.9.2013.

pogodna za aktivnosti vezane uz promociju i prezentaciju. Vaš će se rad, odnosno njegovi rezultati, naći pred očima šire javnosti. Mogli biste objaviti knjigu, privesti kraju priručnik koji pišete ili će vaš projekt, odnosno stručni članak biti otkupljen i objavljen u inozemstvu. Sjajan poslovni tempo prati vas i u travnju, a kreativan duh i inspiraciju iskazujete u lipnju i srpnju.

U drugoj polovini godine očekuje vas uspjeh u financijskim i poslovnim vodama, osobito tijekom listopada i studenoga. Usprkos mogućim poslovnim zastoja u prosincu te financijskim teškoćama bit ćete nezaustavljivi. Snažna individualnost, uvjerljivost, stručnost i znanje osigurat će vam ugled u radnoj sredini. Steći ćete krug istomišljenika i upoznavati utjecajne osobe koje će vam biti od pomoći, bilo financijski ili putem moćnih veza.“⁹⁵

Leksički aspekt u hrvatskome i njemačkome korpusu pokazuje mnogo sličnosti. Međutim, ako se promatra pojedine tekstove koji pripadaju istome korpusu, on može predstavljati temelj razlikovanja. Čini se da se većom zastupljenošću specifičnoga leksika i preciznijim vremenskim određenjima nastoji dobiti na vjerodostojnosti predviđanja. Često se na specijaliziranim astrološkim stranicama čitaju horoskopi u kojima se spominju planetarne konjunkcije, pozitivni i negativni aspekti, astrološke kuće. Također, nema isti učinak predviđanje određenih zbivanja u proljeće i u zadnjem tjednu travnja. Prosječnome će recipijentu tekst s preciznijim i elaboriranijim informacijama zacijelo djelovati uvjerljivije. Ipak, takvi su tekstovi rjeđi. Mnogo češće pribjegava se dijametralno suprotnim načinima „uvjeravanja“ recipijenta. Njemačka lingvistkinja Katja Furthmann istraživala je jezik horoskopa i zaključila da mu je osnovno obilježje uporaba neodređenih formulacija koje se ne mogu ispostaviti netočnima, svakovrsnih „univerzalnih istina“ i općepoznatih „dobrih savjeta“. Zbog toga se u tekstu horoskopa mogu prepoznati gotovo svi potencijalni adresati i tekstnoj je vrsti na taj način osigurana široka i uspješna recepcija.⁹⁶ U obama korpusima ovoga rada zabilježeni su primjeri takvih formulacija.

„Aber auch Singles haben gute Chancen ihren Wunschgefährten zu finden.

Regelmäßige sportliche Aktivitäten stärken die Muskeln und schaffen den nötigen Abstand zum stressigen Alltag.“⁹⁷

„Vergessen Sie darüber jedoch nicht, sich an den kleinen Dingen des Lebens zu erfreuen!

Wenn Sie sachlich miteinander diskutieren, finden Sie allerdings immer akzeptable Kompromisse.“⁹⁸

„U svakom slučaju, problem će tražiti rješenje.

Možete steći nove uvide učenjem, putovanjima ili druženjem s ljudima različitih interesa od vaših.

⁹⁵ <http://www.24sata.hr/specijal/godisnji-horoskop-2014>, pristupljeno 14.4.2014.

⁹⁶ Slobodno prevedeni dijelovi članka na <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/horoskop-sprache-analysiert-astro-opium-fuers-volk-a-455191.html> (pristupljeno 21.9.2013.).

⁹⁷ <http://www.haus-der-astrologie.de/>, pristupljeno 22.9.2013.

⁹⁸ <http://horoskop.t-online.de/jahreshoroskop-2013/fische>, pristupljeno 22.9.2013.

Ako se bavite prodajom dobara ili ste poduzetnik, znat ćete na što trošite novce.

Nemojte olako vjerovati ljudima koje ste tek upoznali.

Izvučite najviše iz onoga što imate, budite štedljivi, plaćajte svoje obaveze na vrijeme i izbjegavajte stvaranje novih.

*Iako će budućnost donijeti nove izazove, svako iskustvo donosi i novu vrijednost za vas.*⁹⁹

U odnosu na ostale tekstne vrste analizirane u ovome radu, horoskop pruža veću mogućnost analize formalnojezičnih obilježja, možda stoga što tekstovi horoskopa ne podliježu komunikacijskim konvencijama koje prate životopis, natječaj i posljednji pozdrav ili imperativu kratkoće i efektnosti koji je svojstven vicu. U opsežnijim tekstovima uporabom se različitih sredstava ostvaruje kohezivnost. I u njemačkome i u hrvatskome korpusu najčešće se u tu svrhu koristi pronominalizacija, a zamjenički oblici (uglavnom osobne i posvojne zamjenice) pojavljuju se u hrvatskome korpusu u pravilu u drugome, a u njemačkome u trećem licu množine (*Vi/Vama/Vaš // Sie/Ihnen/Ihr*). Referent je pritom svaki pripadnik znaka navedenog u naslovu teksta. Rjeđe i uglavnom u opsežnijim tekstovima nailazimo na rekurenciju, a ponavlja se astrološki znak koji tekst tematizira. U obama korpusima zabilježen je i primjer supstitucije (*novac/sredstva // Karriere/Job*), a u njemačkome i elipse.

*„Ihr „Problem“ im neuen Jahr ist nicht, einen Mann zu finden, der alles hat, was Sie sich wünschen, sondern sich für einen einzigen zu entscheiden. Ist auch nicht nötig.“*¹⁰⁰

Paralelizme ne nalazimo u dnevnim, tjednim i mjesečnim horoskopima, što je razumljivo s obzirom na to da se radi o relativno kratkim tekstovima. Mogu se pojaviti u godišnjim predviđanjima, a primjetni su i ako uzmemo u obzir horoskop za sve znakove kao cjelinu, i to najčešće uz vremenske oznake (*in der ersten Jahreshälfte, in der zweiten Jahreshälfte // početak mjeseca / krajem mjeseca / sredinom mjeseca*).

U horoskopskim se tekstovima dosljedno rabe izjavne rečenice, a rijetko umetanje upitne ili usklične rečenice najčešće je stilistički motivirano. Ako se pak promatra rečenice prema sastavu, zastupljene su sve vrste. Ipak, u obama korpusima se od zavisnosloženih rečenica po učestalosti ističe pogodbena, često kao način realizacije direktivne funkcije.

⁹⁹ http://zena.hr/clanak/ostalo/ribe_-_godisnji_horoskop/9480, pristupljeno 26.6.2014.

¹⁰⁰ <http://www.joy.de/horoskope/liebes-jahreshoroskop/a-34153/jahreshoroskop-2013-zwillinge-21-5-bis-21-6.html>, pristupljeno 22.9.2013.

Horoskop je kao predviđanje usmjeren najčešće ka bližoj budućnosti ili sadašnjosti, pa tome odgovara i uporaba glagolskih vremena. U njemačkome korpusu dominira prezent, koji se rabi i za izricanje buduće radnje, a rjeđa je uporaba futura. U hrvatskim se pak tekstovima horoskopa glagoli najčešće pojavljuju u futuru prvome.

Od glagolskih je načina najzastupljeniji indikativ. U hrvatskome je korpusu također česta uporaba imperativa u drugome licu množine, što je razlika u odnosu na njemački u kojemu za obraćanje s poštovanjem ne postoji pravi imperativni oblik, nego se rabi treće lice množine indikativa. Osim navedenih glagolskih načina, u njemačkome se korpusu pojavljuje konjunktiv preterita (i rjeđe prezenta) kada se daje savjet, preporuka ili se spominje neka mogućnost, dok se u hrvatskome u tu svrhu može rabiti kondicional prvi glagola *trebati*, *moći* i *morati*.

4. Osvrt na mogućnosti primjene analiziranih tekstnih vrsta u nastavi hrvatskoga i njemačkoga jezika

Analiza korpusa ovoga rada ukazala je na specifičnosti svake od pet tekstnih vrsta i upućuje na područja u kojima bi njihova primjena u nastavi mogla biti najsvrsishodnijom. Mogućnosti se pritom dodatno kristaliziraju ako se uzmu u obzir tri razine primjene spoznaja tekstne lingvistike.

Na transfrastičkoj razini analizirane tekstne vrste mogu se koristiti kao polazni i vježbeni tekstovi za usvajanje jezičnih pravila i činjenica. Ne umanjujući potencijal književnih tekstova u obradi pojedinih jezičnih fenomena (pogotovo iz dijakronijske perspektive), čini se da načela životnosti, zornosti, aktualnosti i zanimljivosti nastave jezika upućuju na potrebu što je moguće veće zastupljenosti uporabnih tekstova. U tom smislu od analiziranih se vrsta posebno prikladnim pokazuje *horoskop*. U tekstovima horoskopa, koji su učenicima obično bliski i zanimljivi, zastupljene su sve vrste rečenica, pa se mogu uklopiti u nastavu sintakse, pogotovo u njemačkome jeziku, jer zavisnosložene rečenice s promjenama položaja glagola koji se konjugira učenicima vrlo često predstavljaju problem. Osim toga, u tekstu horoskopa realiziraju se gotovo svi glagolski načini, što ih čini pogodnima za nastavu morfologije. U hrvatskome je jeziku pogrešna uporaba aorista glagola *biti* pri tvorbi kondicionala jedna od najčešćih učeničkih pogrešaka, pogotovo u množini, a analizom se pokazalo da se konstrukcije s kondicionalom glagola *moći*, *trebati* i *morati* u horoskopima rabe često. Pri učenju njemačkoga kao stranog jezika zahtjevnim se sadržajem svakako pokazuje i konjunktiv, jer u hrvatskome ne postoji, pa se učenicima treba na zornim i razumljivim primjerima demonstrirati njegova uporaba. Uporaba glagolskih vremena u horoskopu također se može tematizirati u nastavi hrvatskoga i njemačkoga, pogotovo u kontekstu razjašnjavanja distinkcije bliže i dalje budućnosti i uporabi prezenta za izricanje buduće radnje. Na višim razinama nastave jezika tekst horoskopa može biti i podlogom analize leksika.

Iz aspekta pragmatičke razine bavljenje uporabnim tekstovima potiče razvoj komunikacijskih kompetencija – jedan od najvažnijih ciljeva nastave jezika, kako materinskoga, tako i stranoga. U tom je smislu proučavanje strukture i sadržaja *životopisa* i *natječaja za radno mjesto* od posebne važnosti. Učenici bi u sklopu nastave jezika trebali usvojiti konvencije ovih tekstnih vrsta, kako bi ih se osposobilo za uspješnu produkciju i recepciju. Pritom bi se posebno

kod životopisa trebalo inzistirati na produktivnoj razini. Natječaj za radno mjesto može se promatrati i u kontekstu kulturoloških smjernica jer je analiza pokazala da u njegovoj realizaciji u hrvatskome i njemačkome postoje određeni razlikovni faktori.

Kulturološka razina treća je dimenzija koja ide u prilog obradi uporabnih tekstova u nastavi jezika. Nastava općenito, a pogotovo se to odnosi na nastavu jezika, treba poticati razvoj interkulturalne kompetencije. Za adekvatnu percepciju svoje, ali i drugih kultura, potrebno je upoznati specifičnosti i realnost svake od njih. Tekstovi su kao jezične realizacije uronjeni u kulturni krug unutar kojeg se produciraju i recipiraju, a različite kulture odražavaju se na konvencije i principe kojih se sudionici komunikacije pridržavaju u produkciji i recepciji teksta (usp. Adamzik, u Fix et al. 2007: 22) . Za takve vrste usporedbi posebno su prikladni tekstovi poput *posljednjega pozdrava* jer predstavljaju ritualizirani dio komunikacijske prakse koji je u velikoj mjeri kulturno uvjetovan. Iako analiza korpusa ne pokazuje veće razlike u realizaciji tekstne vrste u hrvatskome i njemačkome jeziku, posljednji se pozdrav može koristiti kao podloga za diskusiju o specifičnim običajima i ritualima vezanim za opraštanje od pokojnika. Možda je još važniji aspekt posljednjega pozdrava društveno prihvaćen i prikladan način javnog izražavanja emocija, što je jedan od elemenata koji se trebaju tematizirati u okvirima nastave jezika.

Valja se napokon osvrnuti i na potencijal *vica* u nastavi. Ova kratka i lako pamtljiva vrsta upravo navedenim obilježjima može poslužiti za usvajanje određenih jezičnih činjenica. Pažljivim je odabirom moguće izdvojiti viceve u kojima se pojavljuju određeni jezični fenomeni koji učenicima predstavljaju problem (npr. kondicional u hrvatskome ili konjunktiv u njemačkome) i tako im ponuditi formulu koje se u svakom trenutku mogu prisjetiti. Osim toga, vic može izvanredno poslužiti za vježbe govora, jer su pri njegovom usmenom prenošenju bitne vrednote govorenoga jezika: intonacija, stanke, mimika i geste. Analiza je pokazala da se u obama korpusima u velikom broju tekstova komični efekt ostvaruje na planu izraza, najčešće postupcima vezanim uz leksik, pa je vic prikladan i kao predložak u nastavi leksikologije. Značajna je i ranije spomenuta odgojna uloga vica, u smislu uklanjanja predrasuda i stereotipa kroz njihovo tematiziranje u nastavi.

U ovome radu navedene su samo neke mogućnosti primjene prikazanih tekstnih vrsta u nastavi jezika. Konkretna metodička rješenja, u smislu cjelovitog formuliranja nastavnih sati po fazama uz jasno definiranje nastavnih ciljeva i metoda, kao i analiza povratnih informacija o rezultatima primjene spoznaja tekstne lingvistike u nastavi jezika, predstavljaju potencijalni materijal za daljnja istraživanja, prije svega – u okvirima metodike jezika.

5. Zaključak

Ovaj je rad nastao kao rezultat povezivanja spoznaja s područja tekstne lingvistike i metodike jezika. Polazeći od pretpostavke da bi uporabni tekstovi trebali biti sastavni dio nastave jezika, autorica u prvome dijelu rada pokušava odrediti teorijske okvire na kojima bi tu pretpostavku trebalo provjeriti te se osvrće na trenutnu zastupljenost uporabnih tekstova u dvama važnim segmenatima nastave jezika – nastavnome programu i korpusu propisanih udžbenika.

Na taj se okvir u drugome dijelu rada nadovezuje empirijsko istraživanje korpusa autentičnih uporabnih tekstova na hrvatskome i njemačkome jeziku, a predmetom analize su sljedeće tekstne vrste: životopis, natječaj za radno mjesto, posljednji pozdrav, vic i horoskop. Model analize preuzet je pritom iz tekstne lingvistike. Tekstovi se analizirani usporedno, uz promatranje odnosa pojedinih primjera prema konvencijama tekstne vrste i ukazivanje na sličnosti i razlike između hrvatskih i njemačkih tekstova, čime je analizi dodan i kulturološki aspekt.

Rad je zamišljen s jedne strane kao doprinos opisu pojedinih tekstnih vrsta u hrvatskome i njemačkome jeziku, a time i doprinos komunikacijskoj praksi. S druge strane, u njemu se nastoji ukazati na potencijal uporabnih tekstova u nastavi hrvatskoga i njemačkoga jezika.

Spoznaje dobivene analizom u ovome radu, iako ograničene opsegom korpusa i svrhom rada, mogu predstavljati poticaj za daljnja istraživanja u drugim disciplinama. Pritom se izrada konkretnih metodičkih modela nameće kao vrlo zanimljiva tema.

6. Popis literature

Citirana literatura

- Anić, Vladimir. 2003. *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*, Zagreb: Novi liber
- Adamzik, Kirsten. *Die Zukunft der Text(sorten)linguistik*. U: Fix, Ulla – Habscheid, Stephan – Klein, Josef. 2007. *Zur Kulturspezifität von Textsorten*, Tübingen: Stauffenburg, 289 str.
- Adamzik, Kirsten. 2004. *Textlinguistik. Eine einführende Darstellung*, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 176 str.
- Beaugrande, Robert de/Dressler, Wolfgang. 2010. *Uvod u lingvistiku teksta* (prev. Nikolina Palašić), Zagreb: Disput, 329 str.
- Blühdorn, Hardarik. *Textlinguistik und Fremdsprachendidaktik*. U: Foschi Albert, Marina/Hepp, Marianne/Neuland, Eva. 2006. *Texte in Sprachforschung und Sprachunterricht: Pisaner Fachtagung 2004 zu neuen Wegen der italienisch-deutschen Kooperation*, München: Iudicium, 229 str.
- Brinker, Klaus. 2005. *Linguistische Textanalyse*, Berlin: Erich Schmidt Verlag, 179 str.
- Častek, Kristina. *Horoskop u hrvatskome i češkome tisku*. U: Petrović, Bernardina (ur.). 2012. *Tekstom o tekstu: zbornik studentskih radova s kolegija Tekstna lingvistika*, Zagreb: Filozofski fakultet, 490 str.
- Čubrić, Marina. 2011. *Učimo hrvatski jezik 4*, Zagreb: Školska knjiga, 132 str.
- Dimitrijević, Nataša. *Vic kao tekstna vrsta*. U: Petrović, Bernardina (ur.). 2012. *Tekstom o tekstu: zbornik studentskih radova s kolegija Tekstna lingvistika*, Zagreb: Filozofski fakultet, 490 str.
- Duden – Deutsches Universalwörterbuch (2006). 6. Auflage, CD-ROM. Mannheim: Bibliographisches Institut & F. A.
- Fix, Ulla – Habscheid, Stephan – Klein, Josef. 2007. *Zur Kulturspezifität von Textsorten*, Tübingen: Stauffenburg, 289 str.
- Foschi Albert, Marina/Hepp, Marianne/Neuland, Eva. 2006. *Texte in Sprachforschung und Sprachunterricht: Pisaner Fachtagung 2004 zu neuen Wegen der italienisch-deutschen Kooperation*, München: Iudicium, 229 str.
- Glovacki-Bernardi, Zrinjka. 2004. *O tekstu*, Zagreb: Školska knjiga, 89 str.

- Heyd, Gertraude. 1991. *Deutsch lehren: Grundwissen für den Unterricht in Deutsch als Fremdsprache*, Frankfurt am Main: Moritz Diesterweg, 290 str.
- Ivanetić, Nada. 2003. *Uporabni tekstovi*, Zagreb: FF press, 262 str.
- Jolles, André. 2000. *Jednostavni oblici*, Zagreb: Matica hrvatska, 259 str.
- Linke, Angelika. *Trauer, Öffentlichkeit und Intimität*. U: Fix, Ulla – Habscheid, Stephan – Klein, Josef. 2007. *Zur Kulturspezifität von Textsorten*, Tübingen: Stauffenburg, 289 str.
- Lombardi, Alessandra. *Tourismuswerbung im Vergleich*. U: Foschi Albert, Marina/Hepp, Marianne/Neuland, Eva. 2006. *Texte in Sprachforschung und Sprachunterricht: Pisaner Fachtagung 2004 zu neuen Wegen der italienisch-deutschen Kooperation*, München: Iudicium, 229 str.
- *Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje*. 2011. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa RH, 291 str., na www.public.mzos.hr, pristupljeno 20.2.2014.
- Rosandić, Dragutin. 2009. *Hrvatski jezik i književnost 1*, Zagreb: Školska knjiga, 220 str.
- Solar, Milivoj. 2004. *Ideja i priča*, Zagreb: Golden marketing, 406 str.
- Vater, Heinz. 2001. *Einführung in die Textlinguistik: Struktur und Verstehen von Texten*, München: Wilhelm Fink, 221 str.
- Vranešević, Dunja. *Horoskop kao tekstna vrsta*. U: Petrović, Bernardina (ur.). 2012. *Tekstom o tekstu: zbornik studentskih radova s kolegija Tekstna lingvistika*, Zagreb: Filozofski fakultet, 490 str.
- Petrović, Bernardina (ur.). 2012. *Tekstom o tekstu: zbornik studentskih radova s kolegija Tekstna lingvistika*, Zagreb: Filozofski fakultet, 490 str.
- Težak, Stjepko. 1996. *Teorija i praksa nastave hrvatskoga jezika 1*, Zagreb: Školska knjiga, 455 str.

Izvori

- <http://horoskop.t-online.de/jahreshoroskop-2013/fische>
- <http://horoskope.bild.de/tageshoroskop/index.php?zodiac1=6&submit=Anzeigen>
- http://jobs.main-netz.de/stellenanzeigen/anzeige_1108421071512401001.html
- http://jobs.zeit.de/jobs/frankfurt_am_main_psychologische_n_psychotherapeuten_in_95264.html
- http://jobs.zeit.de/jobs/muenchen_sozialpaedagogen_m_w_und_erzieher_m_w_96109.html
- http://jobs.zeit.de/jobs/nuertingen_schulleiter_in_95939.html
- http://jobs.zeit.de/stellenmarkt/informatik_mathematik_39823.html
- <http://www.24sata.hr/specijal/godisnji-horoskop-2014>
- <http://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/stellenmarkt/stellenmarkt.html>
- <http://www.cosmopolitan.de/horoskope/tageshoroskop-.html>
- <http://www.deutsch-lernen.com/witze.php>
- <http://www.elle.hr/mjesecni-horoskop/#ribe>
- <http://www.fh-duesseldorf.de>
- <http://www.haus-der-astrologie.de/>
- <http://www.horoskop-online.com/>
- <http://www.jobscout24.ch/download/vorlagen/Lebenslauf>
- <http://www.joy.de/horoskope/liebes-jahreshoroskop/a-34153/jahreshoroskop-2013-zwillinge-21-5-bis-21-6.html>
- <http://www.ncvvo.hr>
- <http://www.peter-haertling-gymnasium.de>
- <http://www.posao.hr>
- <http://www.sanjarica.hr/ribe-horoscopski-znak/>
- <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/horoskop-sprache-analysiert-astro-opium-fuers-volk-a-455191.html>
- <http://www.tportal.hr/funbox/astrofun/306881/Ribe.html>
- http://www.tportal.hr/funbox/funtime/1540/Vic_dana.html
- http://zena.hr/clanak/ostalo/ribe_-_godisnji_horoskop/9480
- <https://www.trauer.de/>
- *Süddeutsche Zeitung*, Samstag/Sonntag, 30. November/1. Dezember 2013, Nr. 277.
- *Večernji list*, 10.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17936.
- *Večernji list*, 11.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17937.
- *Večernji list*, 12.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17938.
- *Večernji list*, 8.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17934.
- *Večernji list*, 9.12.2013. Ur. Ogurlić, Goran. Godina 54. Broj 17935.
- <http://www.scribd.com/doc/19979793/primjerivotopisa>

7. Zusammenfassung

Gebrauchstexte im Kroatisch- und DaF-Unterricht

In dieser Arbeit werden fünf Gebrauchstextsorten (Lebenslauf, Stellenanzeige, letzter Gruß, Witz und Horoskop) nach textlinguistischen Kriterien analysiert, um auf die Möglichkeiten der Anwendung von Gebrauchstexten im Kroatisch und DaF-Unterricht hinzuweisen.

Im ersten Teil der Arbeit wird der theoretische Hintergrund für die empirische Analyse beschrieben. Die Grundbegriffe werden im Rahmen der Textlinguistik und der Methodik des Sprachunterrichts dargestellt. Dazu wird noch der aktuelle Stand der Gebrauchstexte im Lehrplan für beide Sprachen erforscht, sowie ihre Erscheinungsquote in Lehrwerken.

Im Mittelpunkt des zweiten Teils stehen die vergleichenden Analysen von authentischen kroatischen und deutschen Texten. Sie werden nach Kriterien analysiert, die eine Kombination verschiedener Modelle der Textanalyse darstellen: Interaktions- und Kommunikationskontext, Funktion, Struktur, Inhalt/Thema und sprachliche Charakteristiken. Dabei wird auf die Unterschiede in der Realisation von kroatischen und deutschen Texten hingewiesen.

Im letzten Teil der Arbeit fasst die Autorin die Ergebnisse der Analyse zusammen und bietet einige konkrete Vorschläge zum Gebrauch der analysierten Texte im Sprachunterricht, die sich aus der textlinguistische Analyse ableiten lassen.

Ključne riječi: uporabni tekstovi, nastava jezika, životopis, natječaj za radno mjesto, posljednji pozdrav, vic, horoskop

Schlüsselbegriffe: Gebrauchstexte, Sprachunterricht, Lebenslauf, Stellenanzeige, letzter Gruß, Witz, Horoskop

8. Prilozi

Prilog 1

Mara Mustermann
Engelsstraße 10; 12345 Engelskirchen
Mobil: 0177-1112223/ Tel: 1234-123456
Email: Mara.Mustermann@web.de

Persönliche Daten

Geburtsdag
Geburtsort
Familienstand

11. März 1980
Musterhausen
ledig

Berufserfahrung

Mrz 2010 - heute

Personalreferentin bei der Mustermann GmbH - Hamburg

- Personalbetreuung von ca. 150 Mitarbeitern des Bereichs „Sales“
- Enge Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem Betriebsrat
- Personalplanung und -beschaffung
- Steuerung von Personalentwicklungsmaßnahmen

Dez 07 - Dez 09

Training Advisor bei der ABC GmbH - Berlin

- Verantwortung für den Beratungsbereich „ABC“
(Ansprechpartnerin für das Management in allen Entscheidungsfragen hinsichtlich der Fachtrainings für ca. 500 Mitarbeiter in Deutschland, Österreich und der Schweiz)
- Leitung des Projektes „Training Newsletter“
(Erhebung des Informationsbedarfs, Koordination der Projektmitglieder in Deutschland und dem Shared Service Center in der Schweiz, Umsetzung und Evaluation)
- Unterstützung bei Trainingsentwicklungen
- Second Level Support für alle weiterbildungs- und trainingsbezogenen Fragen der Mitarbeiter
- Organisation und Koordination von Trainings
- Projekte:
 - Entwicklung eines Assessment Centers zur Identifizierung von High Potentials
 - Verbesserung und Aktualisierung der internen Wissensdatenbank für den Personalbereich

Mrz 07 - Dez 07

Praktikum bei der DEF AG im Bereich Personalentwicklung, Abteilung Bildungs- und Kompetenzmanagement - Köln

- Mitarbeit beim Projekt zur Weiterentwicklung des bestehenden Kompetenzmanagementsystems
- Organisation von Weiterbildungsmaßnahmen
- Bewertung und Auswahl von e-Learning-Systemen
- Unterstützung bei der Durchführung von Assessment Centern für Auszubildende

Sep 03 - Mrz 07

Praktikum mit anschließender Aushilfstätigkeit bei der GHI GmbH im Bereich Marketing

Aus- & Weiterbildung

Seit Okt 10

**Fernstudium zur Personal-Referentin an der
Wirtschaftsakademie ABC**

Jan 10 - Jan 10

vierwöchige Sprachreise nach Cambridge, England (Level C2)

Okt 01 - Nov 06

**Studium der Psychologie an der
Universität Duisburg-Essen, Standort Duisburg**

Diplomarbeit: „Mobbing am Arbeitsplatz - Eine empirische
Untersuchung“

Schwerpunkt: Arbeitspsychologie

Nebenfach: Pädagogik

Wahlpflichtfach: Wirtschaftswissenschaft

Diplomnote: Sehr Gut (1,3)

1991 - 2001

Abitur am ABC Gymnasium in Köln

Sprachkenntnisse

Englisch - fließend in Wort und Schrift

Französisch - gute Kenntnisse in Wort und Schrift

EDV-Kenntnisse

Microsoft Office - sehr gute Anwenderkenntnisse

Freizeitinteressen

Badminton, Wandern, Lesen

Ort, Datum

Unterschrift

Prilog 2

Radnička cesta 208/II, 10000 Zagreb, Hrvatska
Telefon: 01/2345-678

IVAN HORVAT

SAŽETAK:

- desetogodišnje radno iskustvo u poslovima rukovođenja, nabave i prodaje
- pouzdan, odgovoran i ambiciozan u poslu i životu
- profesionalni cilj: poslovno usavršavanje i edukacija

OSOBNİ PODACI

Ime i prezime:	Ivan Horvat
Datum i mjesto rođenja:	25.lipanj 1973., Zagreb
Adresa stanovanja:	Radnička cesta 208/II, 10000 Zagreb
Telefon:	01 2345 678, 09x 0123 456
E-mail:	ihorvat1985@zg.t-com.hr

OBRAZOVANJE

1992.-1997.	Ekonomski fakultet, Zagreb, smjer: Poslovna informatika
1988.-1992.	XV. Gimnazija (MIOC), Zagreb

RADNO ISKUSTVO

Siječanj 2005. -	Trgovina d.d. za trgovinu, proizvodnju i usluge, Zagreb Računovodstvo i financije, komercijala <ul style="list-style-type: none">• vođenje nabave i prodaje robe i usluga,• računovodstvo – robno i materijalno knjigovodstvo, maloprodaja i veleprodaja, financijsko knjigovodstvo, platni promet, obračun plaća i poreza i sl.
srpanj 1999. - siječanj 2005.	Usluga d.o.o. za proizvodnju, trgovinu i usluge, Zagreb Voditelj poslovanja trgovačkog društva <ul style="list-style-type: none">• upravljanje trgovačkim društvom• rukovođenje u nabavi i prodaji roba na veliko i malo• koordinacija unutar maloprodaje i veleprodaje (briga o zapošljavanju i edukaciji prodajnog osoblja, uređenje i odabir prodajnog asortimana)
travanj 1997. - srpanj 1999.	Obrt za trgovinu i usluge , Zagreb Komercijalist <ul style="list-style-type: none">• prikupljanje narudžbi, otprema i doprema robe• kontakt s dobavljačima i kupcima• razvoj i unapređenje poslovnih odnosa s ključnim kupcima i dobavljačima

VJEŠTINE

Rad na računalu

Aktivno i svakodnevno korištenje MS Office paketa u Windows XP okruženju

Strani jezici

Engleski jezik: aktivno u govoru i pismu

OSTALO

Hobi: streljaštvo-pokretne mete (trap), lov i ribolov.

Vozačka dozvola B kategorije.

Bračno stanje: oženjen, jedno dijete.

Motivacija: usavršavanje.

PREPORUKE

Dostupne na zahtjev.

Prilog 3

OSOBNJE INFORMACIJE



Ivana Horvat

Ilica 220, 10000 Zagreb (Hrvatska)

+ 385 1 656 62 23 +385 99 239 65 32

ivana.horvat56@inet.hr

Spol Žensko | Datum rođenja 13/04/1980 | Državljanstvo Hrvatsko

ŽELJENO RADNO MJESTO

ljudski resursi, kadrovska služba, odnosi s javnošću. međunarodno pravo

RADNO ISKUSTVO

07/01/09 – 09/03/ 10

Stručna suradnica u Odjelu za međunarodnu suradnju i pravo EU

Usklađivanje dokumentacije prema regulativi Republike Hrvatske, organizacija međunarodnih skupova i konferencija na temu javno-privatno partnerstva, ostali pravni poslovi po nalogu nadređene osobe

01/07/08 - 31/12/08

Voditelj kadrovskih poslova

Pripremanje svih vrsta dokumenata vezanih uz zasnivanje i prestanak radnih odnosa, kontrola prisustva na radnom mjestu, izrada te provedba sustava usavršavanja i nagrađivanja djelatnika

01/02/07 – 01/07/08

Referent kadrovskih poslova

Regulacija godišnjih odmora, slobodnih dana djelatnika, prijave i odjave sa mirovinskog i zdravstvenog osiguranja, pripremanje ugovora i ostalih pravnih dokumenata

01/06/05 – 01/02/07

Pripravnica na Općinskom sudu

Proučavanje predmeta Kaznenog odjela, sudjelovanje na ostavinskim raspravama, pomoć u pisarnici, pravni i ostali poslovi po nalogu nadređenih osoba

OBRAZOVANJE OSPOSOBLJAVANJE

01/10/09

Magistar međunarodnog prava

Poslijediplomski studij

Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Međunarodno javno i međunarodno privatno pravo

01/10/98 – 01/04/05

Diplomirani pravnik

Diplomski studij

Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Građansko pravo, građansko-procesno pravo, ustavno pravo

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik

Hrvatski

Ostali jezici

Njemački

Engleski

RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
B1	B2	A2	A2	A2
C2	C2	C2	C2	C2

Stupnjevi: A1/2: Početnik - B1/2: Samostalni korisnik - C1/2 Iskusni korisnik
Zajednički europski referentni okvir za jezike

Komunikacijske vještine

Sklona timskom radu, komunikativna;
volontiranje – podrška administraciji centra „Slava Raškaj“

Organizacijske/rukovoditeljske
vještine

Organizator međunarodnih seminara i konferencija

Računalne vještine

Osnove rada na računalu, poznavanje rada u MS-Officeu

Ostale vještine

Trčanje, poezija, fotografija

Vozačka dozvola

B

DODATNE INFORMACIJE

Za detalje i dodatne informacije vezane uz preporuke molim Vas kontaktirati direktora
Tvrtka d.o.o. iz Zagreba g. Ivicu Perića, + 385 1 529 86 66.

Prilog 4 (http://jobs.zeit.de/stellenmarkt/informatik_mathematik_39823.html)



Wir sind eine der jüngsten Universitäten Deutschlands und denken in Möglichkeiten statt in Grenzen. Mitten in der Ruhrmetropole entwickeln wir an 11 Fakultäten Ideen mit Zukunft. Wir sind stark in Forschung und Lehre, leben Vielfalt, fördern Potenziale und engagieren uns für eine Bildungsgerechtigkeit, die diesen Namen verdient.

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

Zur Unterstützung der Koordination und Ausrichtung unserer Forschungsaktivitäten im Bereich Cybersicherheit suchen wir ab sofort eine/n

wissenschaftliche/n Assistenten/-in im Bereich "Cyber Security"

mit großem Interesse an der Verbesserung von Software-Engineering-Methoden und der Fähigkeit zur Teamleitung.

„Cyber Security“ ist heutzutage eine zentrale Herausforderung im Betrieb von IT-Systemen. Wirtschaftsunternehmen, Privatpersonen, Regierungen und die öffentliche Verwaltung sehen sich immer stärker so genannten Cyber-Angriffen ausgesetzt. Die Arbeitsgruppe Software Systems Engineering erforscht und entwickelt im Rahmen nationaler und europäischer Projekte praxistaugliche Konzepte, Techniken und Methoden zur Analyse und Entwicklung sicherer und vertrauenswürdiger softwarebasierter Systeme.

Die zu besetzende Stelle (**TV-L 14**) als **wissenschaftliche/r Assistent/in** steht für zwei Jahre mit der Möglichkeit zur Verlängerung zur Verfügung.

Ihr Profil:

Abgeschlossene Promotion mit deutlichem Schwerpunkt in Informatik oder einem verwandten Gebiet |

Kreativität | Teamfähigkeit | ausgeprägte analytische Fähigkeiten

Die Universität Duisburg-Essen verfolgt das Ziel, die Vielfalt ihrer Mitglieder zu fördern. Sie strebt die Erhöhung des Anteils der Frauen am wissenschaftlichen Personal an und fordert deshalb einschlägig qualifizierte Frauen nachdrücklich auf, sich zu bewerben. Bei gleicher Qualifikation werden Frauen nach Maßgabe des Landesgleichstellungsgesetzes bevorzugt berücksichtigt. Bewerbungen geeigneter Schwerbehinderter und Gleichgestellter i. S. des § 2 Abs. 3 SGB IX sind erwünscht.

Bitte richten Sie Ihre vollständige Bewerbung unter Angabe der Kennziffer **526-13** an **Prof. Dr. Klaus Pohl, Universität Duisburg-Essen, paluno, Software Systems Engineering, Gerlingstraße 16, 45127 Essen** | E-Mail bewerbung.paluno@uni-due.de | Web www.paluno.uni-due.de

Bewerbungsfrist: 23.01.2014

Besetzungszeitpunkt: ab sofort

Rückfragen:

Prof. Dr. Klaus Pohl, Tel.: 0201 183-4660, E-Mail: klaus.pohl@paluno.uni-due.de

www.uni-due.de



Bewerbungsschluss: 23.01.2014

Erschienen in DIE ZEIT vom 19.12.2013

Schulleiter(in) des Privaten Peter-Härtling-Gymnasiums in Nürtingen

Eine Herausforderung für Lehrkräfte, die mehr als unterrichten wollen: die Schule gestalten und führen wollen. Das Private Peter-Härtling-Gymnasium in Nürtingen sucht zum 01.09.2014 den Nachfolger der Schulleiterin.

Wir sind ein staatlich anerkanntes privates Gymnasium als Ganztagschule. Gegründet im Jahr 2007, haben wir im Jahr 2013 den ersten Schülerjahrgang mit einem besonders engagierten Kollegenteam sehr erfolgreich zum Abitur begleitet.

Unser Schulmotto lautet: ‚Mit starkem Selbstwertgefühl zum Abitur‘. Persönlichkeitsentwicklung, Einblicke in die Welt der Wirtschaft, Vertrautheit mit der eigenen kulturellen Tradition ebenso wie die Vorbereitung auf eine globalisierte Welt haben für uns einen hohen Stellenwert und stellen besondere Anforderungen an unsere Kollegen. Basis des Unterrichts ist die Förderung der Selbst- und Sozialkompetenz. Kleine Lerngruppen und die Begleitung durch Mentoren ermöglichen individuelle Förderung und intensive Betreuung unserer Schüler.

Wir haben derzeit in den Klassen 5 bis 12 insgesamt ca. 120 Schüler und ca. 40 Lehrkräfte und arbeiten am weiteren Auf- und Ausbau unserer Schule. Der Schulträger ist als Genossenschaft organisiert. Der/die Schulleiterin ist Mitglied des Vorstands der Genossenschaft.

Aufgrund altersbedingten Ausscheidens unserer Schulleiterin suchen wir eine erfahrene Lehrkraft, die bereit ist, ein engagiertes Expertenteam von Lehrkräften pädagogisch zu führen und den wirtschaftlichen Erfolg der Genossenschaft sicherzustellen. Um die Kontinuität mit der erfolgreichen Arbeit der bisherigen Schulleiterin sicherzustellen, suchen wir ihre Nachfolgerin oder ihren Nachfolger ein Schuljahr vor ihrem Ausscheiden. Diese Überlappung lässt sich auf vielfältige Weise auch nach Ihren Wünschen ausgestalten.

Ihre Aufgaben:

Pädagogische Schulleitung

- Pädagogische und organisatorische Leitung der Schule
- Personalführung und Personalentwicklung (u.a. Unterrichtseinsatz, Planung Ganztagesangebote, Mitarbeitergespräche)
- Qualitätsmanagement
- Schulentwicklung und Weiterentwicklung des Schulprofils
Zusammenarbeit mit den schulischen Gremien und Behörden

Wirtschaftliche Schulleitung, Marketing und Vertrieb

- Gewinnung neuer Schüler
- Kostenmanagement

- Öffentlichkeitsarbeit

Unsere Erwartungen:

- erfolgreiche Unterrichtstätigkeit an Gymnasien
- ausgeprägte pädagogische Fähigkeiten
- Erfahrungen in der Schulverwaltung und/oder Personalführung
- Erfahrungen in der Schulentwicklung
- Bereitschaft zur Fortbildung in allen führungsspezifischen Aufgabenfeldern
- Kommunikative und soziale Kompetenz
- Innovationsbereitschaft
- hohe Belastbarkeit
- gründliche Kenntnis des Schulrechts

Das Gehalt entspricht der anspruchsvollen Aufgabe.

Für nähere Auskünfte steht Ihnen Herr Dr. Hansjörg Egerer, Mitglied unseres Aufsichtsrats, gerne zur Verfügung.

Telefon: 07023 900 150

E-Mail: adler@bellcura-weilheim.de

Ihre Bewerbung erbitten wir bis 31. Januar 2014 an:

Peter-Härtling-Gymnasium Nürtingen

Dr. Hansjörg Egerer

Sigmaringer Str. 15/1

72622 Nürtingen

Prilog 6 (www.trauer.de)



Das Unfassbare zu ertragen ist sehr schwer,
aber in dieser Trauer nicht alleine zu sein
und so viel herzliche Anteilnahme
zu empfangen, gibt uns Kraft.
Wir bedanken uns von ganzem Herzen bei allen,
die ihre vielseitige Verbundenheit
zum Ausdruck gebracht haben.

Hans Peter Volland
† 12.10.2013

Marion Valland
Kinder und Enkel
Kierspe, im Dezember 2013



*Traurig, ihn zu verlieren
erleichtert, ihn erlöst zu wissen
dankbar, mit ihm gelebt zu haben*

Herbert Richter
* 30. 4. 1925 † 12. 12. 2013

In Liebe und Dankbarkeit:
Erika
Gerald und Kerstin mit Enja und Marie
Andrea mit Henry und Melinda
Geschwister und alle Angehörigen

Die Trauerfeier mit Urnenbeisetzung findet am
Samstag, dem 4. Januar 2014, um 11.00 Uhr in der Aussegnungshalle
auf dem Neuen Friedhof in Ebersberg statt.

6.1.

6.2.



Denk Dir ein Bild. Weites Meer.
Ein Segelschiff setzt seine Segel und
gleitet hinaus in die offene See.
Du siehst, wie es kleiner und kleiner wird.
Wo Wasser und Himmel sich treffen
verschwindet es.
Da sagt jemand: „Nun ist es gegangen!“
Ein anderer sagt: „Es ist gekommen!“

Statt Karten

Hans Franzl
† 10. Oktober 2013

Für die Zeichen des liebevollen Gedenkens,
der Anteilnahme und der Mittrauer,
danken wir von Herzen.

Hans Joachim Franzl und Michaela Rump
Dieter und Clarissa Wojciechowski geb. Franzl
mit Leonie und Malte
Dino Franzl

Herringen, im Dezember 2013



Wir trauern um unseren
ehemaligen Mitarbeiter

Herrn Hubert Schönbeck

Herr Schönbeck war bis zu seiner Ruhestandsversetzung
über 45 Jahre als Verwaltungsbeamter, zuletzt 18 Jahre
als Leiter des Sport- und Schulverwaltungsamts tätig.

Herr Schönbeck war ein äußerst zuverlässiger,
fleißiger und pflichtbewusster Mitarbeiter.

Wir werden ihm stets ein ehrendes Gedenken bewahren.

Markt Garmisch-Partenkirchen

Thomas Schmid
1. Bürgermeister

Johannes Korber
Personalratsvorsitzender

6.3.

6.4.

Am 11. Dezember 2013 verstarb

FRAU
KATHRIN NEUMANN
im Alter von 62 Jahren.

Frau Neumann war seit 1982 am Klinikum der
Universität München als Krankenschwester tätig.

Während ihrer langjährigen Tätigkeit in unserem Haus
haben wir Frau Neumann als äußerst zuverlässige,
kompetente und partnerschaftliche Mitarbeiterin
kennen und schätzen gelernt.

Wir denken gerne an die gemeinsame Zeit
mit Frau Neumann zurück und werden sie in ehrender
und dankbarer Erinnerung behalten.

Unser aufrichtiges Mitgefühl gilt ihren Angehörigen.

Vorstand, Personalrat und Mitarbeiter
Klinikum der Universität München

6.5.

Wir trauern um unsere ehemalige Mitarbeiterin

Frau Isolde Rehwald
† November 2013

Frau Rehwald war viele Jahre in unserem Unternehmen als
Pflegefachkraft tätig. Sie war hoch engagiert und setzte sich
mit all ihren Kräften für eine wertschätzende, am Menschen
orientierte Pflege ein. Bei Bewohnern und Mitarbeitern war
Frau Rehwald sehr geschätzt.

Unser Mitgefühl gilt ihrer Familie und ihren Freunden.

**Lisa Brandl-Thür, Stiftdirektorin
und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
des KWA Stifts Rupertihof in Rottach-Egern**

6.6.

NACHRUF

Wir nehmen voller Trauer Abschied
von unserem geschätzten Mitarbeiter

Christian Pollner

Während der Zeit seiner Betriebszugehörigkeit lernten wir ihn
als einen hilfsbereiten und pflichtbewussten Menschen kennen.

Wir werden ihm ein ehrendes Andenken bewahren
und trauern mit den Angehörigen.

Geschäftsleitung
Betriebsrat und Belegschaft
REWE Markt GmbH
Zweigniederlassung Süd



Herzlichen Dank

für die erwiesene
Anteilnahme
für die vielen Kranz-
und Blumenspenden,
den Verwandten, Freunden
und Nachbarn, sowie allen,
die ihn auf seinem letzten
Weg begleitet haben.

**Horst
Gärtner**

Forstern,
im Dezember 2013

**Bernd und Morena
Gärtner**

6.7.

6.8.

Servus Gerhard

Deine Stammtischbrüder

**Winnie, Horst H., Horst P., Hans, Lothar,
Oskar, Karl, Manfred E., Manfred H.**

*Wenn ihr mich sucht, dann sucht mich in euren Herzen.
Wenn ihr mich dort findet, bin ich nicht verloren.*

Hildegardt Knott

* 22. September 1935 † 8. Dezember 2013

Aubing **Die dich lieben**

Trauerfeier: Montag, den 16. Dezember 2013, um 15.00 Uhr in
der Aussegnungshalle des Friedhofs Aubing, Freihamer Weg 73.

6.9.

6.10.



*Ich hebe meine Augen zu den Bergen:
Woher wird Hilfe mir kommen?
Die Hilfe kommt mir von dem Herren,
der Himmel und Erde geschaffen hat.
Psalm 121*

Danke für die gemeinsame Zeit!

Simon Jarczak

* 16. Juni 1996 † 14. Dezember 2012

In Liebe:
**Ronny und Sabine mit
Tobias und Kristina**
im Namen der ganzen Familie

Karlsfeld

Der Sterberosenkranz ist am Dienstag, dem 18. Dezember 2012, um 18.00 Uhr
in St. Anna. Der Trauergottesdienst mit anschließender Beerdigung findet am
Mittwoch, dem 19. Dezember 2012, um 13.00 Uhr in St. Anna statt.

6.11.



In unseren Herzen
und durch unsere Liebe
lebst du weiter.

Dein Horst
Deine
Caroline & Ralf

Elke Schöne
† 14. 12. 2012

6.12.



Danke, dass es dich gab.

*Liebe Worte und Umarmungen,
berührende Briefe,
gemeinsame Erinnerungen haben
uns getröstet.*

Horst und Caroline Schöne

Elke Schöne
geb. Linpinsel
* 16. 6. 1951
† 14. 12. 2012

Das Seelenamt findet am 27. Januar 2013,
um 10.30 Uhr in der St. Bruno-Kirche in Soest statt.

6.13.



*Jetzt schauen wir in einen Spiegel
und sehen nur rätselhafte Umrisse,
dann aber schauen wir von Angesicht
zu Angesicht.*

1 Kor 13,12

In tiefer Betroffenheit trauert die Schulfamilie
des Ignaz-Taschner-Gymnasiums um

Simon Jarczak

* 16. 6. 1996 † 14. 12. 2012

Die Schüler, Lehrer und Tutorengruppe des
Ignaz-Taschner-Gymnasiums Dachau

Wir trauern zutiefst um unseren
Jugendlichen

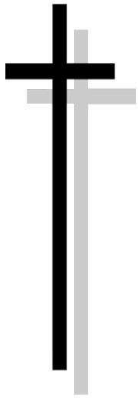
Simon Jarczak

gest. 14. 12. 2012

Verein RKV Soli Dachau e. V.

6.14.

6.15.



Du stellst meine Füße auf weiten Raum.
Psalm 31,9 b

Wir nehmen Abschied von unserem Kollegen

Stefan Weiß

Er erfüllte mit Herz und Seele seinen Dienst als Pfarrer
in unserem Kirchenkreis und war mit großer Liebe für
die Menschen da.

Wir wissen ihn in Gottes Hand geborgen und sind
getragen von der Hoffnung auf die Auferstehung.

Carmen Jelinek
Dekanin des Kirchenkreises Kaufungen

Kaufungen, im Advent 2013



Ganz still und leise, ohne ein Wort,
gingst du von deinen Liebsten fort.
Du hast ein gutes Herz besessen,
nun ruht es still, doch unvergessen.
Es ist so schwer, es zu verstehen,
dass wir dich niemals wiedersehen.

Werner Klie

Wir vermissen Dich!

Arnold, Astrid mit René
Holger, Sonja mit Sarah und Pauli
Bianca

6.16.

6.17.



6.18.



6.19.



6.21

6.20.

Wir stehen und neigen vor ewigem Schweigen das trauernde Haupt.
Wir spüren tief innen das große Besinnen auf Grenzen des Seins.
Wir tragen ins Leben, was du uns gegeben und heben das Haupt.

Schreinermeister

Georg Lumpe

* 18. 3. 1927

† 11. 12. 2013



In Liebe und Dankbarkeit
nehmen wir Abschied
Elisabeth Lumpe geb. Morsch
Ulrike Legies geb. Lumpe mit Familie
Kathrin Stöckert geb. Lumpe mit Familie
Thomas Lumpe mit Familie
Christian Lumpe mit Familie
Erika Lumpe
und alle Angehörigen

Wabern, den 14. Dezember 2013

Die Beerdigung findet am Montag, den 16. Dezember 2013 um 14 Uhr von
der Friedhofshalle Wabern aus statt.

6.22.

Du warst immer bemüht
das Beste zu tun – auch wenn es dir nicht immer gelungen ist.
Für das, was du getan hast,
danken wir dir.



Elvira Taubert

geb. Spanier

* 1.11.1937

† 10.6.2014

In stiller Trauer:

Kerstin
Christopher und Alexander
Karsten und Ute

Die Beisetzung hat im engsten Familienkreis stattgefunden.

6.23.